



**Convenio interadministrativo No 0110*2017*000066 suscrito entre
Artesanías de Colombia S.A. y el Departamento del Atlántico**

**Fortalecimiento de la competitividad y el desarrollo de la actividad artesanal en el
departamento del Atlántico, Fase 3 – 2017. Informe final**

Artesanías de Colombia
Barranquilla, Diciembre de 2017



Artesanías de Colombia S.A

Créditos Institucionales

Ana María Fries
Gerente General

Jimena Puyo Posada
Subgerente de desarrollo y Fortalecimiento del Sector artesanal

Pedro Perini Guzmán
Coordinador Región Caribe y Supervisor del proyecto

Martha Paramo
Enlace Regional – Laboratorio de innovación y Diseño del Atlántico

Equipo ejecutor

Gisella Paola Rivera Ocampo Asesora Componente Desarrollo Humano

Paola Andrea Bayona Arengas Asesora Componente de Emprendimiento

Fernando Mario Dangond Arteta Asesor Componente de Diseño y producción

Karen Susana Gutiérrez Lara Asesora Componente de Diseño y producción

Ibis de Jesús Victorino Yépez Asesora Componente de Diseño y producción

Liz Adriana Fetiva Santamaría – Asesora Componente Comercial

Jaime Andrés Cabarcas Suárez – Asesor Componente de Propiedad Intelectual

Maestros artesanos

Juan Urán

Alex Castro

Luis Demetrio Llanos

Eduyn Asís

Lesvia Jiménez de De La Hoz

Aníbal González

Manuel Angulo



Tabla de contenido

Contenido	
Resumen	8
1. Cobertura	10
2. Introducción	11
3. Objetivos	12
3.1. Objetivo General	12
3.2. Objetivos Específicos	12
4. Componente línea base	13
5. Componente Desarrollo Humano	14
5.1. Objetivo General	14
5.2. Objetivos Específicos	14
5.3. Descripción	14
6. Componente emprendimiento	38
6.1. Objetivo general	38
6.2. Objetivos Específicos	38
6.3. Presentación	38
6.4. Diagnóstico del estado de las organizaciones	42
6.5. Análisis del impacto social, económico y cultural del módulo de emprendimiento	50
6.6. Planes de Negocio	57
7. Componente Diseño y producción	62
7.1. Presentación	62
7.2. Objetivo General	62
7.3. Objetivos específicos	63
7.4. Acceso sostenible de materias primas	64
7.5. Proceso productivo	65
7.5.1. Mejoramiento de procesos productivos y técnicas artesanales	65
7.5.2. Caracterización de la cadena de valor en el sistema productivo	65
7.5.3. Mejoramiento de procesos y técnicas	65
7.5.4. Gestión para la producción: Producción piloto y planes de producción	67
7.6. Sensibilización al diseño y al producto artesanal	69
7.6.1. Patrimonio material e inmaterial (referentes)	69
7.6.2. Innovación y Diseño	69
7.6.3. Dinámica del mercado	70



7.7. Diseño y desarrollo de producto	71
7.7.1. Decisión sobre un producto	71
7.7.2. Proceso creativo.....	72
7.7.3. Proceso de conceptualización	73
7.8. Diseño y desarrollo de la presentación comercial.....	73
7.9. Asesorías Puntuales.....	77
8. Componente Comercialización	78
8.1. Presentación.....	78
8.2. Metodología	80
8.3. Análisis de fuerzas del mercado.....	83
8.4. Preparación en participación de ferias.....	90
8.5. Estrategia de promoción	91
8.6. Estrategia de precio.....	94
8.7. Ventas directas.....	95
9. Componente Propiedad Intelectual	97
9.1. Objetivo general	97
9.2. Objetivos Específicos.....	97
9.3. Presentación.....	97
9.4. Capacitaciones propiedad intelectual artesanos.....	98
9.5. Asesorías individuales registro de marca	101
10. Conclusiones	104
11. Limitaciones y dificultades	112
12. Recomendaciones y sugerencias.....	113
13. Bibliografía	115

Anexos fotográficos



Lista de Figuras

Figura 1. Mapa del departamento del Atlántico	10
Figura 2. Etapas del módulo de emprendimiento	39
Figura 3. Ejercicio de Costos con cazuelas en cerámica negra Ponedera.	42
Figura 4. Organigrama de la Asociación	44
Figura 5. Estado actual de Asoartes realizada en el plan de acción.	45
Figura 6. Organigrama de la Asociación	46
Figura 7. Organigrama de la Asociación	46
Figura 8. Organigrama de la Asociación	48
Figura 9. Organigrama de la Asociación	48
Figura 10. Organigrama de la Asociación	49
Figura 11. Estado actual de Asalecc	... 50
Figura 12. Plan de negocio	59
Figura 13. Plan de negocio	59
Figura 14. Plan de negocio	60
Figura 15. Eje Magnagement 3.0.	81
Figura 16. Estructura metodológica para talleres en Atlántico, 2017.	82
Figura 17. Aplicación de la estrategia de promoción “Taller Toro Miura”.	93
Figura 18. Actividades realizadas con los artesanos	98
Figuras 19 a 33. Marcas de las empresas de artesanos	103



Lista de Tablas

Tabla 1. Municipios atendidos en proyecto durante la fase 3.....	10
Tabla 2. Asistencia talleres de desarrollo humano.....	17
Tabla 3: Asistencia a talleres de desarrollo humano.....	27
Tabla 4 Nombres de las asociaciones.....	40
Tabla 5 Asistencia a talleres Fase de Formación del Espíritu Emprendedor	41
Tabla.6 Resultados del plan de acción El Progreso Las Sanjuaneras	52
Tabla 7. Resultados del plan de acción El Progreso Las Sanjuaneras	56
Tabla 8. Inventario de productos.....	67



Lista de Fotos

Foto 1. Taller Plan de Negocio en Ponedera.	53
Fotos 2 y 3 Trabajo colaborativo,	83
Fotos 4 y 5 Cómo sostenerse en el mercado.	89
Fotos 6 y 7 Trabajo colaborativo, preparación de eventos feriales	89
Fotos 8 y 9 Ejercicio de exhibición en el Festival de la Máscara en Galapa	...89
Foto 10 Stand en Expoartesanías 2017.	90
Foto 11 Trabajo colaborativo formatos para ventas.	90
Foto 12 Trabajo colaborativo. Taller de promoción	92
Foto 13. Ejercicio de comunicación	92
Foto 14. Ejecución estrategia comercial para redes sociales	92
Fotos 15 y 16. Trabajo colaborativo.	94
Foto 17. Trabajo colaborativo.	94
Fotos 18 y 19. Ejercicios de comprensión para establecer precios y línea de producto.	95
Fotos 20 y 21. Ventas directas como estrategia de promoción.	95
Fotos 22 y 23. Gestualidad en ventas directas.	96
Fotos 24 y 25. Clínica de ventas.	96
Foto 26 Taller propiedad intelectual. Ponedera	98
Foto 27 Taller propiedad intelectual. Soledad	99
Foto 28. Taller propiedad intelectual. Suan	...99
Foto 29. Taller propiedad intelectual. Usiacurí	100
Foto 30. Taller propiedad intelectual. Puerto Colombia	100
Foto 31. Taller propiedad intelectual. Tubará	100
Foto 32. Taller propiedad intelectual. Galapa	101
Foto 33. Taller propiedad intelectual. Barranquilla	101



Resumen

El presente proyecto formula su objetivo principal en la promoción y apertura de oportunidades comerciales de los grupos artesanales con mayor capacidad instalada Galapa, Usiacurí, Luruaco, Ponedera, Barranquilla, Tubará, Suan, Puerto Colombia y Soledad. De igual forma, busca fortalecer y dar sostenibilidad a la actividad artesanal tradicional, incluyendo a los maestros artesanos y visibilizar los valores de los oficios tradicionales de las artesanías emblemáticas del Departamento, en contextos comerciales justos y responsables socialmente.

Lo anterior basado en que el Gobierno nacional ha planteado una serie de acciones, estrategias y políticas con el ánimo de generar un ambiente que propicie el incremento de la competitividad y la productividad de los sectores productivos del país, dentro de los cuales se encuentra el sector artesanal el cual contribuye en la generación de ocupación, empleo y bienestar para la comunidad.

Por otro lado, se actualizó su Política de Desarrollo Productivo que compete al sector artesanal especialmente en los componentes de 1. Línea Base 2. Desarrollo Humano 3. Emprendimiento 4. Diseño y Producción 5. Comercialización. Estas políticas buscan que los sectores productivos incrementen su productividad y adopten los estándares de calidad que hoy exigen los mercados internacionales, permitiendo a Colombia aprovechar las crecientes oportunidades comerciales que se han generado con la suscripción de Tratados y Acuerdos de libre comercio.

El sector artesanal colombiano, caracterizado por la belleza de sus productos y el creciente interés de compradores nacionales e internacionales, mantiene bajos niveles de productividad y calidad que no le permiten responder adecuadamente a los volúmenes y estándares que demandan los mercados nacional e internacional.

Además, los productos artesanales colombianos compiten con productos semi-industriales con carácter artesanal provenientes de países de oriente o países vecinos los cuales se ofrecen a precios más competitivos. De esta manera, el sector artesanal debe incrementar sus niveles de productividad y adoptar buenas prácticas en todos los eslabones de la cadena de valor que le permitan cumplir los estándares de calidad, precio y volumen de los mercados.

Teniendo en cuenta los anteriores elementos, con el fin de alinearse con la Agenda Nacional de Competitividad e Innovación y la Política Nacional de Desarrollo Productivo, y reconociendo que el sector artesanal se visibilizó como protagonista en la construcción de paz en el actual periodo de post-conflicto y una de las principales apuestas de este Plan es el fortalecimiento integral de la cadena de valor artesanal que se materializa en la asistencia técnica integral contenida en la matriz de Marco lógico que se adjunta a esta propuesta, que incluye los módulos de Caracterización y Diagnóstico de necesidades, Desarrollo humano y emprendimiento, Producción y Calidad, Diseño participativo y Comercialización mencionados anteriormente.

Este trabajo se complementa con otra de las líneas estratégicas que apunta a la ampliación de las oportunidades comerciales locales, regionales y nacionales de los productos que se desarrollen en las comunidades priorizadas, línea en la cual la Subgerencia de Desarrollo se



conecta con la Subgerencia de Promoción de oportunidades comerciales y nos permite apreciar gran cantidad de actividad artesanal.

Lo anterior nos lleva a concluir que después de socializado el objetivo y de ejecutadas las capacitaciones los artesanos evidenciaron su conformismo y la buena disposición así como sus preocupaciones respecto al tema de la propiedad intelectual porque comprendieron la necesidad de crear sus marcas propias y registrarlas para competir de manera estructura en el mercado nacional e internacional. También les fue de gran utilidad de los diversos conceptos socializados para implementar en cada una de las acciones realizadas.



1. Cobertura

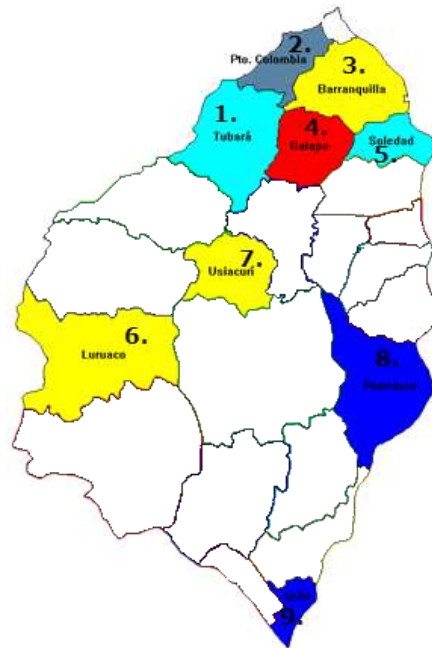


Figura 1: Mapa del departamento del atlántico con municipios atendidos en el proyecto “Fortalecimiento de la Competitividad y el Desarrollo de la Actividad Artesanal en el Departamento del Atlántico”- Fase 3

La cobertura geográfica del proyecto “Fortalecimiento de la Competitividad y el Desarrollo de la Actividad Artesanal en el Departamento del Atlántico”-Fase 3 se presenta en la siguiente tabla resumen.

Municipio	Oficio
1. Tubará	Talla en Totumo
2. Puerto Colombia	Talla madera
3. Barranquilla	Talla en Totumo, Papel maché
4. Galapa	Talla en madera, Papel maché
5. Soledad	Talla en Madera, talla en totumo
6. Luruaco	Tejeduría en enea
7. Usiacurí	Tejeduría en Iraca
8. Ponedera	Alfarería
9. Suan	Cestería, Talla en madera

Tabla 1. Municipios atendidos en proyecto durante la fase 3



2. Introducción

En Colombia, existen diferentes entidades e instituciones que trabajan para promover y desarrollar el comercio nacional e internacional de los productos artesanales realizado desde épocas ancestrales con el fin de promover y apoyar la comercialización de estos productos como parte activa de la economía.

Adicional a esto, diferentes empresas y asociaciones trabajan para desarrollar y comercializar productos artesanales dentro de Colombia y por fuera de ella a través de la realización de capacitaciones, ferias, convenios, entre otros; pero sin embargo pocos artesanos logran generar una visión empresarial integral porque no cuentan con el conocimiento adecuado para comercializar nacional e internacionalmente sus productos desarrollar sus productos artesanales autónomamente; para que lo anterior se pueda llevar a cabo con un verdadero impacto social, es posible promoviendo proyectos que impulsen esta área de la economía.

Este proyecto de Fortalecimiento de la competitividad y de desarrollo de la actividad artesanal enfatiza la promoción y apertura de oportunidades comerciales de los grupos artesanales con mayor capacidad instalada, que han sido acompañados y fortalecidos en años pasados. De igual forma, busca fortalecer y dar sostenibilidad a la actividad artesanal tradicional, incluyendo a los maestros artesanos y visibilizando los valores de los oficios tradicionales de las artesanías emblemáticas del Departamento, en contextos comerciales justos y responsables socialmente. La propuesta ofrece desarrollar una tercera fase de asistencia técnica integral en la que se incluyen los módulos de Desarrollo social y emprendimiento, Diseño, Producción y Comercialización, atendiendo beneficiarios que estén preparados para enfrentar exigencias de los mercados regionales y nacionales.



3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Fortalecer a través de estrategias y asistencia técnica integral la actividad artesanal de los municipios de Barranquilla, Soledad, Galapa, Usiacurí, Luruaco, Tubará, Ponedera y Suan mediante la ejecución de una tercera fase de actividades de asistencia técnica integral relacionadas con el emprendimiento, desarrollo humano, diseño y producción para ofertar productos competitivos en mercados locales, regionales y nacionales.

3.2. Objetivos Específicos

- a. Definir las herramientas y estrategias para el mejoramiento de la competitividad de las artesanías en Colombia.
- b. Desarrollar estrategias incluyentes y participativas para los artesanos que se encuentran en situaciones más vulnerables.
- c. Realizar capacitaciones en desarrollo humano, emprendimiento, diseño y producción, comercialización y propiedad intelectual..



4. Componente línea base

El levantamiento de la línea base se hizo con el objetivo de identificar y caracterizar las nuevas unidades productivas ubicadas en los municipios priorizados por el proyecto. Este módulo es un instrumento clave para la planificación y se articula con información cualitativa que describe la dinámica de la actividad artesanal en cada uno de los municipios priorizados.

La información se integró a la base de datos de Artesanías de Colombia en el SIEAA



5. Componente Desarrollo Humano

5.1. Objetivo General

Promover actividades de desarrollo humano que buscan generar el crecimiento individual y colectivo a través de reflexión y análisis de la realidad en la comunidad artesanal y con sus experiencias poner en practica conceptos de trabajo en equipo, resolución de conflictos, liderazgo y emprendimiento y lograr verse como personas valiosas y capaces de sacar adelante su actividad comercial, poder verse como una empresa artesana.

5.2. Objetivos Específicos

1. Diseñar una metodología para la implementación de los talleres de desarrollo humano y en los 9 municipios acogidos por el proyecto.
2. Implementar los talleres de desarrollo humano en cada uno de los municipios acogidos por el proyecto.
3. Realizar las entrevistas para conocer detalles de actividad artesanal en los municipios.

5.3. Descripción

El enfoque de Desarrollo humano busca potenciar capacidades en los artesanos de los municipios de Tubará, Barranquilla, Ponedera, Soledad, Barranquilla, Galapa, Luruaco, Usiacurí, Suan y Puerto Colombia, promoviendo conceptos de auto estima, auto reconocimiento, en los talleres de desarrollo humano los participantes harán un análisis y ejercicios para reconocer sus habilidades, cualidades y potencialidades, los planes y proyectos de vida con el objetivo de fijarse metas, de igual manera desarrollar conceptos para mejorar la dinámica de trabajo en equipo y como resolver pacíficamente los conflictos para lograr avanzar en pro de la empresa artesana y generar mejores ingresos con la ampliación de mercados.

El componente de Desarrollo humano fue el primer componente que se desarrolló en el marco del proyecto “Fortalecimiento de la Competitividad y el Desarrollo de la Actividad Artesanal en el Departamento del Atlántico”- Fase 3, permitiendo sensibilizar y capacitar a los artesanos en la dimensión del ser, los municipios cobijados por el proyecto: Usiacurí, Tubará, Galapa, Barranquilla, Puerto Colombia, Suan, Ponedera, Luruaco.

Se capacitó a 154 artesanos en temas de Autoconocimiento y Auto estima, con el objetivo de fortalecer la imagen que tienen de ellos mismos y potenciar habilidades y capacidades con ejercicios dinámicos en donde ellos reflexionaron sobre de lo que son capaces de realizar.

En el taller de planes y proyectos de vida los artesanos hicieron un análisis de su proyecto de vida, qué papel juega la artesanías en el desarrollo de sus proyectos de vida, como se pueden conseguir los objetivos, qué se debe hacer para alcanzar las metas. En el taller de trabajo en



equipo se explicó que se obtienen mejores resultados cuando hay cooperativismo, solidaridad este taller se complementó con el taller de trabajo en equipo y resolución de conflictos en donde se explicó que los conflictos son algo natural en los equipos de trabajo, que estos se deben aprovechar para mejorar aspectos pero que nunca se deben propiciar.

En el Taller de liderazgo y emprendimiento en donde se explicó la importancia de los líderes, cuales son los estilos de liderazgo y porque es importante que cada miembro del equipo tenga claro su rol, se mostraron ejemplos de emprendimiento social, en el taller de comunicación asertiva se definieron conceptos para mantener una adecuada comunicación al interior de la comunidad artesanal.

Se hicieron entrevistas a líderes de la comunidad artesanal para conocer detalles de sus actividades, tales como número de integrantes de la comunidad, si hay o no asociaciones, capacitaciones a las que han participado entre otros.

Durante la fase inicial del proyecto se participó en reuniones de coordinación con el equipo, donde se definió el cronograma de actividades, objetivos a alcanzar, momentos de articulación con los diseñadores, modelo de informes, tiempos de entregas de productos, base de datos de artesanos del departamento del atlántico, entregables y tiempo de ejecución de cada componente.

La metodología para talleres y entrevistas fue de tipo participativa con base en las 80 herramientas para el desarrollo participativo desarrollado por artesanías de Colombia, con el objetivo promover el auto-reconocimiento, auto estima, en donde los artesanos definan sus cualidades, planes, proyectos logros y de esta manera, empoderarlos para fortalecer sus capacidades de trabajo en equipo, comunicación asertiva, toma de decisiones y resolución pacífica de conflictos.

La metodología se basa en la definición de conceptos claves y en la construcción de herramientas para fortalecer el desarrollo desde el aspecto individual y colectivo de la comunidad artesanal.

La metodología se enmarca en la participación, Las herramientas participativas están previstas para el uso de técnicos y promotores que tienen que trabajar directamente con la población. Permiten también trabajar con base en la experiencia propia de la gente; los métodos participativos usan la visualización y la comunicación oral.

Estas herramientas están fundamentadas en el diálogo que debe respetar un principio fundamental: todos los participantes deben ser considerados como fuente de información y decisión para analizar los problemas y contribuir a soluciones a través de acciones de desarrollo. Todo el mundo, rico o pobre, con o sin educación formal, con o sin poder, debe merecer el mismo respeto y tener la misma posibilidad de expresar sus opiniones.

El papel del facilitador de los eventos, es de permitir la expresión de las diferentes formas de pensar, para que sean compartidas por todo, y ayudar a lograr consensos a la hora de tomar decisiones.



Para el desarrollo metodológico se diseñaron cinco talleres.

El primero, llamado taller Autoconocimiento: “Iniciando el Camino hacia mi desarrollo” y Autoestima “La llave que abre la puerta hacia el crecimiento personal”. // Autonomía y Autodeterminación, tiene el objetivo de que los artesanos reconozcan la importancia de tener conciencia sobre uno mismo para generar acciones que propendan al mejoramiento personal, e interiorizar la reflexión como herramienta para analizar y conocer nuestras experiencias personales, nuestro pasado, buscar en ellas su utilidad para el futuro, motivar hacia la importancia de la reflexión como inicio del camino hacia el desarrollo y crecimiento personal, inducir en los participantes a procesos de autorreflexión sobre la confianza en sí mismos como base para su desarrollo. Reflexionar sobre las conductas propias que reflejan sus elecciones y preferencias; Aprehender el concepto de autodeterminación para analizar la responsabilidad y el papel de cada persona en el direccionamiento de su vida.

El segundo, llamado Planes y proyectos de vida - la artesanía como opción dentro del plan de vida, se enfoca en la Inducción a los participantes a plantear metas de desarrollo; Identificar si existe o no un plan de vida estructurado, Identificación del papel que juega la actividad artesanal dentro del plan de vida de la comunidad o noción del buen vivir.

El tercer taller de Liderazgo y emprendimiento que busca Brindar herramientas para el fortalecimiento de capacidades de liderazgo, toma de decisiones para la división de labores en los grupos.

El cuarto taller Comunicación asertiva y equidad de género “En conexión armónica con mi entorno”; El Dialogo “Ejerciendo la tolerancia y el respeto”; El manejo del conflicto “Encontrando soluciones acertadas y asertivas cuyo objetivo es conocer el concepto de asertividad en la comunicación y su aplicación, Analizar las creencias que son barreras para una comunicación; el dialogo: Inducir a la toma de conciencia sobre la importancia del dialogo como punto de encuentro con el otro. Analizar sobre los aspectos que se requieren para tener una actitud abierta hacia el dialogo; manejo de conflictos.

El quinto taller de Trabajo En Equipo y Resolución de conflictos “Aprovechando la oportunidad para ganar más”; Manejo del tiempo. “Asumiendo el control de mi tiempo” a través de este taller se busca Inducir a la toma de conciencia sobre la importancia de buscar objetivos comunes en la construcción de un equipo ,analizar los roles que cada persona desempeña naturalmente y cuales se le asignan cuando trabajan en equipo, manejo del tiempo, sensibilizar a cada participante para que tome conciencia de su manejo del tiempo, generar hábitos de registro para realizar el análisis del manejo del tiempo, Motivarlos a implementar agendas de trabajo.

Dentro del componente de Desarrollo humano está la realización de entrevistas a líderes de la comunidad artesanal de cada municipio con el objetivo de conocer detalles de la organización, si hay o no asociatividad, la dinámica del trabajo en equipo, conocer sus aliados, clientes, la manera como venden sus productos, de igual manera si adelantan algún tipo de capacitación para fortalecer técnicas dentro de su labor artesanal o para mejorar su actividad económica, indagar como es su participación en eventos feriales.

- Desarrollo de los talleres y entrevistas



Cada taller tuvo una intensidad horaria de 4 horas, se desarrollaron en los municipios acogidos por el proyecto en la fase 3; Galapa, Barranquilla, Usiacurí, Luruaco, Ponedera, Puerto Colombia, Tubará, Suan, Soledad

Durante este periodo se desarrollaron en total cinco talleres de Desarrollo humano en nueve municipios con una participación total de 154 personas, 120 de las cuales fueron mujeres, lo que equivale a un 77 % y 34 fueron hombres. A continuación detalle de asistencia a cada uno de los talleres.

Tabla 2. Asistencia talleres de desarrollo humano

Municipio	Taller autoestima y autoconocimiento		Taller planes y proyecto de vida		Taller Liderazgo y emprendimiento		Taller de trabajo en equipo y resolución de conflictos		Taller de Comunicación asertiva	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Barranquilla	7	23	0	12	1	14	0	12	0	14
Galapa	5	3	5	11	7	3	4	4	6	1
Luruaco	0	13	0	11	0	14	0	15	0	26
Ponedera	5	8	5	6	3	7	4	7	2	5
Puerto Colombia	4	13	1	14	1	13	1	14	3	9
Soledad	3	9	3	21	2	7	2	7	4	7
Suan	5	9	1	12	0	13	3	14	1	10
Tubará	2	6	2	3	4	8	4	8	4	4
Usiacurí	2	5	2	10	1	16	1	12	1	11
Total	122		119		114		112		108	

Referentes teóricos talleres

Diseño Metodológico

En cada taller se realizaron diferentes actividades para fortalecer la dimensión del ser de cada uno de los participantes de cada municipio, desarrollando contenidos para fortalecer autoestima, auto reconocimiento, habilidades para fortalecer aspectos fundamentales que permitan un mejor trabajo en equipo, lograr comunicación asertiva y la resolución pacífica de los conflictos utilizando la metodología participativa con base en las 80 herramientas para el desarrollo participativo desarrollado por artesanías de Colombia

- **Taller Autoimagen (autoestima, autoconcepto)**

Autoimagen

El auto imagen es la imagen que nuestro subconsciente tiene de nosotros mismos. Lo que pensamos de nosotros mismos afecta esta imagen, es por eso que hay días en que nos miramos en el espejo simpático y ganadores y otros días sin atractivo y perdedores. Muchas veces amanecemos decepcionados de nuestra vida, de lo poco que hemos logrado o de lo que no hemos logrado. Otras veces amanecemos optimistas con deseos de vivir a plenitud, de trabajar fuerte y lograr nuestros objetivos. Lo que pasa a nuestro alrededor, las experiencias buenas y malas hacen que mandemos mensajes al subconsciente, y formen nuestra autoimagen.



Es el factor fundamental para que una persona triunfe o fracase, porque nosotros somos el resultado de nuestra imaginación. Es casi imposible ir más lejos de la imagen que tenemos de nosotros mismos.

Autoconcepto

Es la percepción que cada persona tiene sobre sí mismo en distintos campos de su vida y la manera cómo afronta cada escenario de su vida, como por ejemplo sus relaciones personales, sus relaciones laborales, sus hobbies, sus conocimientos, su situación emocional, sus intereses, etc.

El auto concepto es algo muy importante en la personalidad de cada individuo, pues dependiendo de este se desarrolla su personalidad de acuerdo a los intereses que mueven a cada persona

Autoestima

De acuerdo al autor Abraham Maslow, la autoestima se refiere a la necesidad de respeto y confianza en sí mismo. La necesidad de la autoestima es básica, todos tenemos el deseo de ser aceptados y valorados por los demás. Satisfacer esta necesidad de autoestima hace que las personas se vuelvan más seguras de sí mismas. El no poder tener reconocimiento por los propios logros, puede llevar a sentirse inferior o un fracasado

De acuerdo a la Teoría de las necesidades el autor plantea que en la parte más baja de la estructura se ubican las necesidades más prioritarias y en la superior las de menos prioridad. Las necesidades según Maslow, de menor a mayor nivel en la jerarquía son:

Fisiológicas: necesidades relacionadas con supervivencia. Dentro de éstas encontramos, entre otras, la alimentación, la sed, el mantenimiento de una temperatura corporal adecuada, también se encuentran necesidades de otro tipo como el sexo, la maternidad.

De Seguridad: necesidades relacionadas con el temor de los individuos a perder el control de su vida y están íntimamente ligadas al miedo, miedo a lo desconocido, a la anarquía. Dentro de estas encontramos la necesidad de estabilidad, la de orden y la de tener protección, entre otras.

Sociales: necesidades relacionadas con la compañía del ser humano, con su aspecto afectivo y su participación social. Dentro de estas necesidades tenemos la de comunicarse con otras personas, la de establecer amistad con ellas, la de manifestar y recibir afecto, la de vivir en comunidad, la de pertenecer a un grupo y sentirse aceptado dentro de él, entre otras.

De Reconocimiento: también conocidas como las necesidades del ego o de la autoestima. Este grupo radica en la necesidad de toda persona de sentirse apreciado, tener prestigio y destacar dentro de su grupo social, de igual manera se incluyen la autovaloración y el respeto a sí mismo.

De Autosuperación: también conocidas como de autorrealización, que se convierten en el ideal para cada individuo. En este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo.

- **Taller Plan y Proyecto de Vida Personal**

Referente teórico

El proyecto de vida se relaciona con la concepción del mundo, que se logra, a través del conocimiento que el individuo percibe de su realidad y las actitudes hacia ésta. La persona construye unas directrices que le permiten canalizar su energía de acuerdo con sus objetivos.



Ese sentido de vida está condicionado por influencias sociales, que en alguna medida regulan la conducta de las personas, pero que varían según las condiciones y el contexto en general.

Para el presente taller se entiende el concepto de Proyecto de Vida como “resultado de una de las perspectivas de análisis integrativo de construcción de la experiencia y la praxis personal-social, con la intención de contribuir a la comprensión y formación de las dimensiones del desarrollo humano integral”, por lo tanto se expresa la apertura de las personas hacia el dominio del futuro, en sus direcciones significativas y en las áreas críticas que requieren de decisiones vitales, tanto en su expresión actual como en la perspectiva anticipada de los acontecimientos futuros, de sus zonas de desarrollo próximo abiertas a la definición de su lugar y tareas en una determinada sociedad.

Los seres humanos soñamos con alcanzar unas metas determinadas en el ámbito social, familiar, laboral, personal, económico, entre otros; pero posiblemente para alcanzar estas metas se necesita de una planificación y la construcción de un proyecto de vida, donde se necesita de tiempo, valor y disciplina para poder realizar cada una de estas metas proyectadas. Un proyecto es un camino para alcanzar la meta, donde se debe tener claro hacia dónde se dirige la vida, qué plan se tiene y cuál es el objetivo a seguir.

Para poder comenzar con la realización del Proyecto de Vida, es necesario trabajar en el autoconocimiento, saber qué es lo que se quiere, aunque esto implique algunas veces probar, arriesgarse, evaluar y corregir las acciones. Dentro de ese autoconocimiento se hace necesario trabajar en el autoconcepto que es lo que yo soy, es decir, las características que conciben mi ser: mi personalidad, mi forma de ver la vida, mis características personales.

Según Burns, el auto concepto sería, en término actitudinales, el componente cognitivo el cual es el conjunto de percepciones, ideas u opiniones que el individuo tiene de sí mismo; independientemente de que seas falsa o verdadera, objetiva o subjetiva, y estas opiniones le permiten describirse a sí mismo. Por lo tanto por medio de este taller se identifica dichas percepciones que los artesanos tienen sobre sí mismos, es dar respuesta al ¿Cómo se ven?

Esta construcción de proyecto de vida, permite responder a la satisfacción de la necesidad de autorrealización, desde la teoría de la motivación Humana de Maslow quien propone una jerarquía de necesidades y factores que motivan a las personas; esta jerarquía se modela identificando cinco categorías de necesidades y se construye considerando un orden jerárquico ascendente de acuerdo a su importancia para la supervivencia y la capacidad de motivación. De acuerdo a este modelo, a medida que el hombre satisface sus necesidades surgen otras que cambian o modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está “razonablemente” satisfecha, se disparará una nueva necesidad (Colvin y Rutland 2008).

- **Taller Plan de vida Colectivo**

El Plan de Vida colectivo es una serie de líneas de acción por medio de las cuales busca alcanzar el desarrollo integral de un colectivo o una comunidad. Uno de sus objetivos es mejorar la calidad de vida la cual está relacionada de manera integral con el ser humano en todas sus dimensiones, tanto físicas como psicológicas y emocionales. Para el proyecto APD se entiende calidad de vida todo lo relacionado con los factores fundamentales que posibilitan del desarrollo integral del individuo y la comunidad artesanal comprendida como un ser viviente y dinámico que requiere tanto de seguridad material para su supervivencia, como de seguridad afectiva,



familiar, económica, territorial y estatal para lograr el avance hacia una sociedad justa, equilibrada y crítica.

La capacidad de organización y coordinación entre los artesanos de una comunidad es la que determina la efectividad en el alcance de resultados y la mejora en su calidad de vida. El fortalecimiento comunitario es el mecanismo que define las acciones de los sujetos de un territorio, es la máquina que mueve el caminar de las comunidades artesanales y a su vez es el medidor de su crecimiento. Una comunidad artesanal que crece en su organización comunitaria adquiere mayor capacidad crítica para hacer frente a las problemáticas emergentes y posibilita coordinar fuerzas y delegar responsabilidades. La organización y el fortalecimiento comunitario son las herramientas que permiten hacer realidad los planes de desarrollo de las comunidades.

Taller plan de vida colectivo momento II Plan de Acción

Objetivo

- Elaborar del plan de acción como grupo o comunidad artesanal, tomando en cuenta problemas priorizados en la actividad artesanal el cual se convierte en un proyecto de desarrollo para el grupo.

- **Taller en Trabajo en equipo y Resolución de Conflictos**

Referente Teórico

El equipo se forma con la convicción de que las metas propuestas pueden ser conseguidas poniendo en juego los conocimientos, capacidades, habilidades, información y, en general, las competencias de las distintas personas que lo integran. El término que se asocia con esta combinación de conocimientos, talentos y habilidades de los miembros del equipo en un esfuerzo común, es SINERGIA.

Sinergia significa que el resultado alcanzado por el trabajo de varias personas es superior a la simple suma de las aportaciones de cada una de ellas. Este es el objetivo del trabajo en equipo. Tras la discusión en equipo, cada componente puede aportar un conocimiento, por ejemplo, del que no disponen los demás.

Igualmente, el reto puede tener ciertos conocimientos importantes de los que carecen los otros miembros. Cada uno pone a disposición de los otros sus conocimientos (habilidades y capacidades en general) y tras un diálogo abierto se ayudan mutuamente hasta alcanzar una comprensión más nítida de la naturaleza del problema y de su solución más eficaz.

Alcanzar esta sinergia es el objetivo fundamental de los equipos de trabajo. No pueden implementarse mediante una orden ni aparece por sí sola. Solamente aparece cuando al interés por el resultado del equipo se suma la confianza y el apoyo mutuo de sus miembros.

¿Qué hace a un equipo diferente a un grupo? ¿Se tiene un equipo solamente porque un grupo de personas trabajan juntas para conseguir algo? Hay grupos de trabajo que no son en realidad equipos (y tal vez no necesitan serlo) porque no poseen una meta común, relaciones duraderas o una necesidad de trabajar de modo integrado. Por ejemplo, los grupos “ad hoc” pueden ser formados para trabajar en una sola reunión, o en proyectos de corta duración. O los “grupos



focalizados” que son reunidos con el sólo propósito de obtener información de entrada para un proyecto, no para que sus participantes trabajen juntos.

Ventajas de trabajar en equipo

- **Más motivación:** Los equipos satisfacen necesidades de rango superior. Los miembros de un equipo de trabajo tienen la oportunidad de aplicar sus conocimientos y competencias y ser reconocidos por ello, desarrollando un sentimiento de autoeficacia y pertenencia al grupo.
- **Mayor Compromiso:** Participar en el análisis y toma de decisiones compromete con las metas del equipo y los objetivos organizacionales.
- **Más ideas:** El efecto sinérgico que se produce cuando las personas trabajan juntas, tienen como resultado la producción de un mayor número de ideas que cuando una persona trabaja en solitario.
- **Más creatividad:** La creatividad es estimulada con la combinación de los esfuerzos de los individuos, lo que ayuda a generar nuevos caminos para el pensamiento y la reflexión sobre los problemas, procesos y sistemas.
- **Mejora la comunicación:** Compartir ideas y puntos de vista con otros, en un entorno que estimula la comunicación abierta y positiva, contribuye a mejorar el funcionamiento de la organización.
- **Mejores resultados:** Cuando las personas trabajan en equipo, es indiscutible que se mejoran los resultados.

¿Cuáles son las cualidades que hacen posible que un equipo tenga un alto rendimiento?

Liderazgo: Los líderes deben ser entrenadores. El buen liderazgo hace posible que los empleados realicen su trabajo con orgullo. Un líder adecuado debe tener la visión de hacia dónde va la organización. El líder debe ser capaz de comunicar a su equipo las metas de la organización, para que los esfuerzos se dirijan hacia la dirección correcta.

Metas específicas, cuantificables: Sin una meta, no hay equipo. ¿Por qué es importante para un equipo tener un propósito, una meta? Porque ayuda a sus miembros a saber hacia dónde van. Les proporciona una dirección. Un equipo tendrá más probabilidad de alcanzar el éxito en la medida en que todos compartan el mismo norte.

Respeto, compromiso y lealtad: El respeto mutuo entre los miembros del equipo y los líderes, es otra característica de los equipos eficaces. También existirá disposición a hacer un esfuerzo extra si está presente la lealtad y el compromiso con las metas.

Comunicación eficaz: Son numerosas las investigaciones que demuestran que este es el problema principal que perciben los empleados actualmente. El líder y los miembros del equipo deben intercambiar información y retroalimentación.

Deben preguntar ¿cómo lo estoy haciendo? ¿Qué es correcto y qué es incorrecto? ¿Cómo lo puedo hacer mejor? ¿Qué necesitas para hacer mejor el trabajo?

Aprender durante el camino: ¿Hay progreso? ¿Cómo lo estamos haciendo? Debe obtenerse retroalimentación sobre el resultado del trabajo realizado por el equipo. Esta retroalimentación permitirá rectificar cuando se detecte que no se está en la dirección correcta. Por otra parte, el líder del equipo deberá reconocer los esfuerzos realizados, alabar cuando se está trabajando bien y redirigir cuando no es así.



Pensamiento positivo: Permitir que las ideas fluyan libremente. Ninguna idea debe ser criticada. Las nuevas ideas son bienvenidas y asumir riesgos debe ser valorado y estimulado. Los errores deben ser vistos como oportunidades de crecimiento y aprendizaje, no como ocasiones para la censura y la represión.

Reconocimiento: El reconocimiento es una clave para la motivación. La otra es el reto, el desafío. El reconocimiento puede ser tan simple como una expresión verbal del tipo “bien hecho”. O tener la oportunidad de presentar los resultados a la dirección.

¿Qué es conflicto? Este consiste en un enfrentamiento intencional entre dos seres o grupos de una misma especie que manifiestan unos a la vista de los otros una intención hostil, en general a propósito de un derecho y que por mantener, afirmar o restablecer el derecho tratan de quebrar la resistencia del otro, eventualmente por el recurso a la violencia, la cual según el caso puede orientarse a aniquilar al adversario.

No todo lo que resulta de un conflicto es negativo, existen también potencialidades positivas. En algunos casos el conflicto puede destruir la capacidad de actuar y provocar el desgarramiento del grupo u organización o incluso su disolución. Puede conducir también al desinterés o a la insurrección. En este sentido quien quiere destruir una organización puede comenzar promoviendo conflictos, tratando de reducir las alternativas de solución. Algunas potencialidades constructivas del conflicto son: al interior del grupo y dependiendo del tipo de problema, puede despertarse una mayor unidad o integración social. En general, el conflicto permite expresar las tensiones productivas o creativas que, reprimidas, pueden debilitar al grupo o paralizarlo. El conflicto contribuye también a liberar energías acumuladas y a superar la rutina de las relaciones sociales. Las tensiones hostiles son evacuadas a través del conflicto, lo que permite mantener el sistema. En un conflicto en que las partes disponen de cauces de expansión previstos por el sistema, los adversarios aparecen como oponentes o divergentes, pero no como enemigos.

Algunas causas de estas tensiones son:

Diferenciación de actividades: a medida que la organización crece, desarrolla subsistemas más especializados lo que lleva a que los grupos desarrollen mentalidades distintas y comienzan a adquirir sus propios intereses.

Recursos compartidos: cuando un grupo pretende aumentar sus recursos, otra área o sector deberá perder o ceder una parte de los suyos.

Actividades interdependientes: cuando los grupos se vuelven altamente interdependientes surgen oportunidades para que un grupo auxilie o perjudique el trabajo de otros. Todos los antagonismos o reivindicaciones no terminan en conflictos, en el fondo es el juego de éstos el que termina la diversidad de relaciones sociales.

Métodos para resolver los conflictos

Negociación: es la búsqueda de una salida pacífica a un conflicto por medio de la argumentación y de la cooperación entre las partes. En la negociación se busca elaborar una propuesta conjunta que ponga fin al impasse.



Arbitraje: es un mecanismo por el cual los involucrados asignan a un tercero conocido como árbitro para que dé solución a su disputa o enfrentamiento. La resolución arbitral debe ser acogida de forma voluntaria por ambas partes.

Mediación: es un tercero ajeno a las partes que asume una posición neutral en pro de la eliminación de la controversia.

El mediador cumple la función de acercar a los protagonistas del conflicto y acompañarlos en la exploración de una solución.

Conciliación: es un recurso alternativo en el que dos o más personas intentan arreglar las discrepancias, de forma autónoma y con todas las garantías legales, asistidos por un tercero llamado conciliador.

Amigable composición: mecanismo alternativo mediante el cual dos o más personas le encomiendan a uno o varios terceros que actúan como sus mandatarios, la solución del conflicto que los enfrenta. Estas personas se denominan Amigables Compondores y cuentan con un reconocido prestigio, trayectoria y solvencia moral para decidir la forma en que deben resolverse las controversias

Para lograr llevar a cabo estos mecanismos de resolución de conflictos hay que partir de una disposición personal y una escucha activa que es una forma de prestar atención que permite conseguir más información, profundizar en otros puntos de vista, y trabajar en cooperación con otras personas.

Prestar atención

1. Mirar a la persona que habla.
2. Prestar atención al lenguaje corporal de la persona que habla: ¿corresponde con lo que dice?
3. Escuchar en un lugar libre de distracciones, para concentrarse en lo que le dicen.
4. No hacer nada mientras está escuchando.

Obtener información

1. Utilizar “estímulos” tales como: “¿Puede decir algo más sobre esto?”, “¿En serio?”, “¿Es cierto eso?”
2. Usar un tono de voz que exprese interés.
3. Hacer preguntas abiertas para obtener más información.
4. No abrumar a la persona que habla con demasiadas preguntas. Dar al que habla la oportunidad de decir lo que necesita decir.
5. Evitar dar consejos o describir un momento en el que algo similar le ha ocurrido a usted.

Reflexionar sobre la información

1. Parafrasear, ocasionalmente, las ideas principales del que habla, si resulta apropiado.
2. Reflexionar, ocasionalmente, sobre los sentimientos de la persona que habla, si resulta apropiado.
3. Asegurarse de que su comprensión es acertada con frases como: “Me parece que lo que usted quiere decir es... Es cierto?”, “¿Usted dice que siente...?”; “Es decir que usted piensa que... ¿Estoy entendiendo correctamente?”



- **Taller de Liderazgo y Emprendimiento**

Referente Teórico

El liderazgo es el conjunto de habilidades que tiene un individuo para incidir a través de la comunicación, en la mente de las personas o en un equipo determinado, haciendo que estos trabajen con entusiasmo, en el logro de las metas y objetivos.

El liderazgo influye, tanto en la toma de decisiones de la gente de la comunidad como en los resultados de sus acciones o en el alcance de las metas propuestas. Si el líder o lideresa trabaja bien y conduce adecuadamente a su gente, se tomarán buenas decisiones y se obtendrán buenos resultados de cualquier proyecto que se lleve en la comunidad.

Estilos de liderazgos más comunes:

El que Dirige: El líder explica claramente que hay que hacer y cómo debe hacerse, supervisa de manera permanente, fija plazos, especifica lo que no es negociable, controla con firmeza.

El que Guía: El líder explica las razones de sus decisiones y como las tareas o proyectos se relacionan con los objetivos de la organización, escucha con atención los puntos de vista y sugerencias de las otras personas, desarrolla las habilidades de otros y procura involucrarlos en los proyectos.

El que Apoya: El líder apoya las ideas de otros sin involucrarse directamente en las labores, contribuye a desarrollar la confianza en otros. El que Delega El líder deja a otros tomar decisiones cuando es apropiado, asume riesgos al permitir que otros definan su propio curso de acción

Entendemos el liderazgo como el proceso de influir en la gente mediante las ideas. Es importante que en una comunidad exista más de un líder ya que esto fomenta la iniciativa, creatividad y la coordinación del trabajo que se realiza en la comunidad. Es necesario fomentar este tipo de liderazgo para garantizar el relevo generacional.

Liderazgo y emprendimiento social

Según un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo y Social Enterprise Knowledge Network; “Gestión efectiva de emprendimientos sociales. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica” (BID y SEKN, 2006), el concepto de emprendimiento social se relaciona directamente con la acción de contribuir a acelerar el proceso de mejora de la humanidad. En la realización de un emprendimiento social, la empresa tiene la intención explícita de generar mejoras sociales a través de la movilización y asignación inteligente de sus recursos. De hecho, las mejoras sociales afectan el contexto donde operan las compañías, que se benefician directamente gracias a las iniciativas sociales que ayudan a desarrollar. El estudio sugiere que muchas veces los emprendimientos sociales se desarrollan en cuatro etapas, comenzando como iniciativa de un individuo, quien al identificar un problema de orden social, económico o ambiental, desarrolla un proyecto para contribuir a su solución.

Siguiendo por la misma línea del estudio, es importante resaltar que se habla de dos habilidades necesarias, que deben tener en un inicio las personas que desean realizar un emprendimiento social; como primera medida se hace mención de la habilidad emprendedora, la cual se define como la capacidad de un individuo para identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar un emprendimiento, independientemente de los recursos que tenga bajo su control. Y en



segundo lugar encontramos la habilidad de diagnóstico, la que se define como la capacidad para estudiar con rigor y comprender el conjunto de causas y consecuencias, en el corto, mediano y largo plazo, de los problemas sociales que aquejan el entorno).

Después de analizar las condiciones de su entorno, frecuentemente el líder diseña un plan para dar respuesta a un problema, lo que resulta determinante en la fundación del emprendimiento. La habilidad de diagnóstico comprende la articulación de una solución factible y efectiva, a través de un modelo de cambio social. El diagnóstico social puede servir para aunar voluntades y generar consenso. A partir de esta habilidad los líderes desarrollan una teoría de cambio a partir de la cual intentan modificar la realidad. Una teoría de cambio consiste en una proposición convincente acerca de cómo el uso de insumos en un emprendimiento generará resultados a largo y corto plazo, especificando la cascada de causas y consecuencias que producirán el efecto deseado (BID y SEKN, 2006).

- **Taller de Comunicación Asertiva**

La Comunicación Asertiva es una herramienta de la comunicación que favorece la comunicación eficaz entre interlocutores. Al ponerla en práctica estamos **fomentando** el respeto por uno mismo y respetamos a los demás. Las técnicas de comunicación asertiva son herramientas que se pueden aplicar tanto en nuestra **vida profesional como personal**. En este sentido, conocer qué características la fundamentan y qué recursos podemos usar en nuestro favor, nos darán resultados favorables en cada una de las interacciones que hagamos.

- 1 Qué es la Comunicación Asertiva
- 2 Características de la Comunicación Asertiva
- 3 Comunicación Asertiva en el trabajo
- 4 Comunicación asertiva a nivel verbal, no verbal y paraverbal
- 5 Técnicas de Comunicación Asertiva
- 6 Conductas que ayudan a la comunicación activa y empática

Qué es la Comunicación Asertiva

La comunicación es básicamente la forma en la que se transmite un mensaje entre un emisor y un receptor, pero cuando hablamos de Comunicación Asertiva o Asertividad, incluimos la actitud de esa comunicación, ya que es la forma en la que una persona expresa sus opiniones desde el respeto hacia el otro, de una forma clara y pausada.

Características de la Comunicación Asertiva

La comunicación asertiva es **un estilo de comunicación con un inmenso impacto tanto en las relaciones emocionales, como en las relaciones profesionales y laborales**, a continuación, presentamos seis características fundamentales para tener una comunicación asertiva efectiva:

1. Cuando miramos a nuestro interlocutor estamos mostrando interés y, esta actitud aumenta sustancialmente la confianza y cercanía.
2. Tener una postura corporal abierta, ya que nuestra comunicación no verbal demuestra interés y sinceridad.
3. Observar nuestros gestos y aprender a controlarlos, ya que los gestos adecuados nos ayudan a dar énfasis a los mensajes que deseamos reforzar.
4. Fijarnos en nuestros niveles de voz, ya que al modularla de una manera adecuada somos más convincentes.
5. Analizar cuánto tiempo escuchamos y cuánto tiempo somos escuchados para aumentar la receptividad y el impacto.



6. Identificar cuánto, cómo, cuándo y dónde intervenimos, además observar la calidad de nuestras intervenciones en las conversaciones.

Comunicación Asertiva en el trabajo

Trabajar la asertividad en la comunicación es una de las habilidades deseables para cualquier trabajador, sobretodo, en las áreas comerciales, donde la comunicación es el pilar fundamental de la tarea laboral. Así, una de las muchas ventajas de la comunicación asertiva en el trabajo y en los negocios es la creación de un clima propicio para la representación de ideas, opiniones y respeto que optimizará las relaciones dentro del contexto laboral.

La comunicación de tipo asertivo es la forma más adecuada para dirigirnos a un cliente, ya que es la mejor manera de expresar lo que queremos decir sin que el otro interlocutor se sienta agredido. Además, comunicar de forma asertiva nos ayuda a potenciar que el mensaje sea asumido con más facilidad y de forma más clara y precisa, sin que nadie tenga que sentirse evaluado, o amenazado.

De esta forma, comunicar nuestro mensaje con claridad y seguridad respetando los derechos del otro, genera una percepción de respeto y credibilidad ante las indicaciones que vamos a dar al cliente con el que nos comuniquemos.

Es importante conocer la información que vamos a dar y cómo darla. Una mala comunicación sobre resultados, diagnóstico o tratamientos puede generar dudas en cuanto a la profesionalidad con la que trabajamos y sesgaría el resto del proceso.

Que el cliente perciba una buena autoestima en nuestro comportamiento cuando expresamos nuestras opiniones es esencial para que se muestre cooperativo y que nos comunique sus propios pensamientos, dudas u opiniones.

Comunicación asertiva a nivel verbal, no verbal y paraverbal

Dentro del estilo asertivo podemos encontrar varias características a nivel verbal, no verbal y paraverbal. Así, el manejo de la comunicación asertiva en el lenguaje verbal utiliza la primera persona para referirse a sentimientos, opiniones propias y otras fórmulas para expresar ideas de colaboración.

Comunicación asertiva en la conducta no verbal

En este estilo, la conducta no verbal que adoptemos va a influir mucho en la forma en la que el cliente va a recibir la información.

Para ello, es muy importante mantener el contacto visual directo con el cliente, tener una postura erguida y no mostrarnos tensos.

Mostrar seguridad con nuestro cuerpo a la vez que damos el mensaje y no parecer agresivos facilitará que consigamos que el cliente nos dé toda su atención y acepte la información.

Comunicación asertiva en la conducta verbal

Para que nuestra comunicación verbal sea coherente con nuestra comunicación no verbal es importante analizar las siguientes recomendaciones:

1. Cuando estemos en una conversación evitar cruzar los brazos, procurar estar en una posición de apertura.



2. No interpretar los gestos o movimientos de nuestro interlocutor, es preferible que indagemos antes de suponer.
 3. Observar nuestro tono de voz; si este es coherente con el mensaje.
 4. Mantener el contacto visual de una manera muy sutil, mientras escuchamos y mientras hablamos, esto denota interés y fortalece las relaciones, ya que demuestra empatía.
- Comunicación asertiva en la conducta paraverbal.

Entre las características de las conductas paraverbales recomendables que se deben usar en nuestro mensaje son; un tono de voz calmada y constante, respetar los silencios y tener un ritmo constante durante todo el proceso.

Una de las cosas que puede señalar falta de seguridad e incluso nerviosismo es no respetar los silencios que durante la comunicación deben aparecer. No dejar de hablar, mostrarnos incómodos si hay un silencio, y ejecutar con rapidez, hará que el cliente pueda dudar de la realidad que le intentamos mostrar.

• Entrevistas a Líderes de la Comunidad Artesanal

No es un método participativo propiamente dicho, pero puede ser imprescindible para preparar ejercicios de grupo con la comunidad, antes de la intervención, y también para completar otros ejercicios o chequear ciertas informaciones: dialogando con personas bien informadas sobre la comunidad, se puede obtener en forma rápida informaciones pertinentes para orientar el trabajo. La buena selección de los informantes es fundamental para la validez de la información.

Algunos ejemplos de aplicación:

- Cuando se necesita comprender las razones fundamentales de tal o tal comportamiento de la gente;
- Cuando se necesita comprobar hipótesis o propuestas para averiguar rápidamente si son conformes a la realidad y a los deseos de la gente;
- Para obtener una visión general de las condiciones socio-económicas y de producción en la comunidad;
- Para evaluar la factibilidad de sugerencias prácticas.

Desarrollo de los talleres de desarrollo humano

Los cinco talleres del componente de desarrollo humano se desarrollaron en los municipios de Usiacurí, Tubará, Luruaco, Baranoa, Barranquilla, Suan, Puerto Colombia, Soledad y Galapa, con una participación de 154 personas, de las cuales 120 fueron mujeres, lo que equivale a un 77 % del total, y 34 fueron hombres, lo que equivale a un 33%. Como se describe en el cuadro a continuación:

Tabla 3: Asistencia a talleres de desarrollo humano

Municipio	Taller autoestima y autoconocimiento		Taller planes y proyecto de vida		Taller Liderazgo y emprendimiento		Taller de trabajo en equipo y resolución de conflictos		Taller de Comunicación asertiva	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Barranquilla	7	23	0	12	1	14	0	12	0	14
Galapa	5	3	5	11	7	3	4	4	6	1
Luruaco	0	13	0	11	0	14	0	15	0	26



Ponedera	5	8	5	6	3	7	4	7	2	5
Puerto Colombia	4	13	1	14	1	13	1	14	3	9
Soledad	3	9	3	21	2	7	2	7	4	7
Suan	5	9	1	12	0	13	3	14	1	10
Tubará	2	6	2	3	4	8	4	8	4	4
Usiacurí	2	5	2	10	1	16	1	12	1	11
Total		122		119		114		112		108

- **Taller de Autoconocimiento: “Iniciando el Camino hacia mi desarrollo” y Autoestima “La llave que abre la puerta hacia el crecimiento personal”. // Autonomía y Autodeterminación**

Con el desarrollo del este taller los artesanos reconocieron sus cualidades, habilidades y el conocimiento que tenían para realizar alguna tarea o actividad haciendo recuento de cursos, talleres que han adelantado para mejorar aspectos del área personal y mejorar sus técnicas artesanales para obtener mejores productos; durante el taller manifestaron que se habían olvidado de características y experiencias personales que los hacen únicos, cada uno presentó al resto de sus compañeros el dibujo del Súper Mí y a pesar que llevan mucho tiempo en comunidad y compartiendo en espacios de capacitación.

Los artesanos conocieron características y cualidades de sus compañeros que estaban ocultas o de las cuales muchos no creen importante para compartir, al final de la actividad se explicó sobre la importancia de analizar y reconocer el pasado para buscar la utilidad para el futuro, motivando la importancia de la reflexión como inicio del camino hacia el desarrollo y el crecimiento personal y como este influye en el desarrollo de la comunidad artesanal.

- **Planes y proyectos de vida - la artesanía como opción dentro del plan de vida**

Con la realización del taller de planes y proyectos de vida se hizo nuevamente auto concepto, cada artesano reconoció en el árbol de vida aspectos y/o características personales que los identifican y los hacen únicos y valiosos, respondiendo lo siguiente:

1. Raíces: se identifica el origen de la persona, lugar de nacimiento, crianza, fechas, hechos importantes en ese origen.
2. ¿Qué lo sostiene? Por ejemplo las ganas de continuar viviendo, aprendiendo y creciendo como persona para el bien mío y de mi familia.
3. Ramas y Hojas: las metas que se aspira a conseguir, ejemplo: Terminar mis estudios y ser exitoso en mis labores.
4. Flores: las fortalezas, cualidades que pueden ofrecer al mundo, ejemplo: Conocimientos, educación y respeto.
5. Frutos: ¿Cuáles han sido sus principales logros? Ejemplo: Terminar mis estudios, la compra de vivienda



6. Pajaritos: ¿Quiénes son las personas más importantes en mi vida? Ejemplo: Mi familia y mis amigos, que son los que siempre me apoyan.

7. Parásitos: ¿De qué debo desprenderme? Ejemplo: Debo desprenderme de la pereza.

La segunda actividad consistía en que cada artesano debía elaborar un plan o proyecto que quisiera hacer a corto plazo, teniendo en cuenta el análisis anterior, en donde se habían analizado las habilidades y los logros que se habían obtenido a lo largo de la vida, se analizó la importancia de establecer nuevos proyectos nuevos retos, hacer sacrificios y mayores esfuerzos para obtener lo que se plantea.

Se encontró similitud en los planes de vida de los artesanos de los nueve municipios, muchos de ellos plantearon hacer actividades para mejorar su condición de vida, mejorando aspectos de su vivienda o a través del ahorro quieren adquirir su vivienda propia, de igual manera expresaron el interés por tener un espacio para su taller de artesanía, muchos manifiestan ocupar el espacio de su sala para trabajar por lo tanto quieren mejorar este aspecto, se explica que es importante que es importante reconocer como se empezó y que cada artesano es artífice de su desarrollo, con responsabilidad, dedicación y esfuerzo pueden conseguirse las metas que se plantearon en la actividad.

En la última parte del taller se elaboró el plan de acción como grupo o comunidad artesanal, tomando en cuenta problemas priorizados en la actividad artesanal el cual se convierte en un proyecto de desarrollo para el grupo.

En el municipio de Galapa los artesanos identificaron dos problemáticas la falta de interés o motivación para lograr la asociatividad en los artesanos y la necesidad de prepararse para el manejo de la madera teniendo en cuenta los requisitos, diligenciamiento de formatos de la CRA, se espera recibir capacitación para poder ampliar la información con respecto.

En el municipio de Luruaco, se identificó la necesidad de comercialización de los productos y la planeación de la participación en las ferias, es muy difícil sacar los productos por las vías de acceso, además se presenta una división al interior del grupo.

En el municipio de Usiacurí durante la asesoría con el taller de Planes y proyectos de vida - la artesanía como opción dentro del plan de vida e inducir a los beneficiarios para plantear la realización de un plan de vida estructurado Identificando el papel que juega la actividad artesanal dentro del plan de vida de la comunidad o noción del buen vivir, en ejercicio realizado en donde se identifica la problemática que afecta actualmente la actividad artesanal, se identificó prioritariamente la escases de la materia prima para esta época de lluvias.

En el municipio de Suan los artesanos priorizaron la problemática de comercialización de sus productos, la alcaldía asignó un lugar en el puerto para que los artesanos expusieran, pero no tuvo acogida, por lo que fue cerrado.



En el municipio de Puerto Colombia la problemática priorizada por los artesanos fue la unión y el compromiso con las actividades que fortalezcan el grupo, a pesar de estar asociados, no hay motivación ni disposición para buscar espacios y dar a conocer sus productos, hay mucha variedad en las artesanías que se realizan pero manifiestan que deben mejorar la calidad para poder competir y participar en eventos importantes, sueñan con tener su propia casa del artesano para tener una exposición permanente de sus productos.

En el Municipio de Soledad identificaron la problemática de falta de comercialización de sus productos, a pesar de participar en ferias, eventos locales y regionales no se tienen los ingresos que se esperan por parte de las artesanías, quieren contar con mayor visibilidad y apoyo para tener un lugar fijo y permanente de exposición de sus productos.

En el Municipio de Tubará la problemática priorizada coincide con el municipio de Soledad, manifiestan que los artesanos se ven obligados a adelantar otras actividades que generen recursos porque no logran tener los ingresos suficientes con la venta de los productos artesanales, recuerdan que hace algún tiempo se contempló la idea por parte de un dirigente político de abrir un espacio en la ciudad de barranquilla para exponer los productos del atlántico, ellos expresan que esto sería una ventana para mostrar sus productos y poder mejorar la comercialización.

En el municipio de Barranquilla los artesanos relatan que todo el enfoque de la actividad artesanal se lo están dando al carnaval, consideran que se deben concentrar para lograr volcar la atención en otros aspectos que consideran importante, no hay asociaciones o actividades en donde se refleje la unión del sector, consideran que debe haber un espacio en donde haya exposición de sus productos en forma permanente.

En el Municipio de Ponedera los artesanos manifestaron que la problemática está en la falta de comercialización de sus productos, a su vez la falta de apoyo por parte de la administración municipal que los permita fortalecerse para lograr mayor diversificación de sus productos.

- **Taller El Trabajo En Equipo “Aprovechando la oportunidad para ganar más”; Manejo del tiempo. “Asumiendo el control de mi tiempo” y Resolución de conflictos**

Se desarrolló el taller de trabajo en equipo y resolución de conflictos aplicando la metodología diseñada por Artesanías de Colombia: guía las 80 herramientas para el desarrollo participativo en los 9 municipios acogidos por el proyecto el objetivo general del taller es conseguir que los participantes comprendan como desarrollar trabajo en equipo de forma plena y ser capaces de organizar el trabajo diario en función de los objetivos y planteamientos de la comunidad donde residen, resolviendo de manera adecuada los conflictos que surgen y adaptándose a las necesidades diarias, a través del desarrollo de habilidades personales e interpersonales, se aplicó una metodología activo participativa, con ejemplos prácticos, que invitan al autoconocimiento y a la apropiación del trabajo en equipo y resolución pacífica de conflictos, los artesanos manifiestan que el taller es de mucha importancia, reconocen que no hay unión al interior de la comunidad artesanal y tienen muchos aspectos por trabajar, especialmente el tema del liderazgo y la desconfianza que hay para asociarse, se hace introducción al componente de emprendimiento en el cual se van a dictar temáticas referentes a la asociatividad.



Se explicó que los conflictos son inevitables y necesarios. El objetivo no es eliminarlos o evitarlos sistemáticamente, sino saber encauzarlos. Hay que aclarar que tampoco hay que buscarlos, ni crear ocasiones de que se den.

Lo importante es saber que para que haya crecimiento y maduración de las personas y grupos son necesarios los conflictos. Por ello hay que verlos de forma positiva, como ocasión de toma de conciencia y cambio a mejor. El objetivo es resolver los conflictos obteniendo mejoras para cada una de las partes. Pero esto no siempre es posible, ya que hay conflictos que no tienen solución inmediata. En este caso el objetivo no es la resolución, sino la regulación, que permite vivirlos de forma lo más constructiva posible.

En el municipio de Soledad existen dos asociaciones y en el municipio de Puerto Colombia hay una fundación, pero reconocen que cada uno trabaja por su cuenta y no hay unión al interior de la comunidad artesanal, se explicó que los conflictos son inevitables y necesarios. El objetivo no es eliminarlos o evitarlos sistemáticamente, sino saber encauzarlos. Hay que aclarar que tampoco hay que buscarlos, ni crear ocasiones de que se den.

En el municipio de Luruaco hay dos asociaciones sin embargo hay roces entre sus integrantes por malos entendidos con herramienta que se ha entregado en capacitaciones para el grupo y que algunas de ellas consideran que muy pocas le han sacado provecho, se dialoga y se les hace ver que lo mejor es estar unidas y que la comunicación es la base fundamental para que las cosas funcionen.

En el municipio de Tubará se ve el mejor ejemplo en cuanto a asociación se refiere, hay reuniones periódicas todos los miércoles, hay capacitaciones continuas para seguir mejorando la técnica, se hacen talleres en una institución educativa para impartir el conocimiento a la población joven, asisten a ferias locales, regionales y nacionales.

Lo importante es saber que para que haya crecimiento y maduración de las personas y grupos son necesarios los conflictos. Por ello hay que verlos de forma positiva, como ocasión de toma de conciencia y cambio a mejor. El objetivo es resolver los conflictos obteniendo mejoras para cada una de las partes. Pero esto no siempre es posible, ya que hay conflictos que no tienen solución inmediata. En este caso el objetivo no es la resolución, sino la regulación, que permite vivirlos de forma lo más constructiva posible.

- **Taller de Liderazgo y emprendimiento**

Durante este taller se Brindó herramientas para el fortalecimiento de capacidades de liderazgo, toma de decisiones para la división de labores en los grupos.

Los artesanos hicieron identificación y reconocimiento de habilidades individuales para el liderazgo y toma de decisiones, se explicó los diferentes estilos de liderazgo, donde cada grupo de artesanos manifestó con cual estilo se identifican o si es necesario hacer una fusión de ellos para la consecución de los resultados.



Se identifican líderes en los municipios en donde cada integrante del grupo asume su rol para mejorar la actividad artesanal, ejemplo en el municipio de Tubará, existen dos o tres personas que jalonan el crecimiento personal y colectivo de la comunidad, adelantando actividades de capacitación periódica y participación en eventos feriales para consolidarse como talladores de totumo y lograr darle al municipio esa identidad, en el resto de municipios hay líderes pero existen inconvenientes para que los demás integrantes de la comunidad lo asuman de esta manera y en donde acepten que el líder trabaja para el bien de la comunidad y no como beneficio propio, quizá en el municipio de Galapa se presentaron situaciones en anteriores oportunidades que los hacen resistentes al tema de asociatividad y no ven claro el concepto de liderazgo.

En el tema de emprendimiento se mostró ejemplos de lo que es emprendimiento social, es como a través de acciones se puede dar solución a problemas que afecta la comunidad, en donde la consecución de dinero pasa a un segundo plano, el objetivo importante del concepto de emprendimiento social es satisfacer las necesidades de la sociedad. Es decir, el emprendedor social, a través del emprendimiento social de una empresa, pretende utilizar las estrategias del mercado y generar beneficios para alcanzar un fin social.

- **Comunicación asertiva “En conexión armónica con mi entorno”; El Dialogo “Ejerciendo la tolerancia y el respeto”; El manejo del conflicto “Encontrando soluciones acertadas y asertivas”**

El taller se desarrolló en los nueve municipios acogidos en el proyecto se dio a conocer el concepto de asertividad en la comunicación y su aplicación, se analizó las creencias que son barreras para una comunicación; el dialogo: Inducir a la toma de conciencia sobre la importancia del dialogo como punto de encuentro con el otro. Analizar sobre los aspectos que se requieren para tener una actitud abierta hacia el dialogo; manejo de conflictos:

- Comprender el significado de conflicto y las estrategias para enfrentarlo
- Realizar un auto análisis sobre las estrategias aplicadas a la solución de conflictos
- Realizar ejercicios aplicados a la vida cotidiana

- **Entrevistas a líderes artesanales para identificar información de la comunidad.**

Se desarrolló en dialogo Semi – estructurado, utilizando metodología desarrollada por Artesanías de Colombia: Guía las 80 herramientas para el desarrollo participativo, entrevistas a líderes del municipio de Luruaco a continuación se describe información.

- Suan: Rosiris Sarabia, comenta que la actividad artesanal en el municipio empezó hace aproximadamente 9 años por iniciativa del gobierno local y alianza con el SENA. En la actualidad hay aproximadamente 25 personas dedicadas a actividades de trabajos en madera, totumo, cuero, tejido en crochet, bisutería, parafernalias del carnaval, entre otros, pero ninguno desarrolla esta actividad como actividad económica principal. Se han recibido talleres y formación a como técnicos de artesanías con el SENA y con la gobernación con el proyecto transfórmate tu mujer, se hacen dos ferias al año, en junio el festival de arte nacional e internacional y en diciembre durante las fiestas patronales, para la elaboración de los productos que exponen reciben apoyo económico por parte de la



alcaldía para la elaboración de los productos, la problemática identificada por la comunidad es la falta de recursos para comercializar sus productos y consolidarse a nivel regional.

- Tubará: Alex Castro y María Antonia Martínez, dialogan sobre el inicio de la actividad artesanal en el municipio hace 25 años con el oficio de tejeduría en bejuco con el sr Luis Blanco, actividad que está casi extinta por la no transferencia de conocimientos y la difícil consecución de materia prima, hoy predomina el oficio del totumo, del total aproximado de 50 artesanos 25 de ellos están agrupados en una asociación llamada ASOARTES, se reúnen periódicamente para capacitarse y perfeccionar su técnica con el objetivo de, conversando con los mejorar la calidad de sus productos, en la actualidad los artesanos están dictando talleres a jóvenes interesados en aprender el oficio del totumo, vinculando también a población en situación de discapacidad, se conversó sobre si los ingresos provienen principalmente por las ventas de la artesanía, ellos manifiestan que en su mayoría desarrollan actividad como secundaria, manifiestan como debilidad la comercialización y difusión o la falta de un sitio estratégico para la venta de las artesanías, reconocen que este año han contado con un poco de apoyo por parte de la alcaldía municipal, puesto que los han hecho partícipes de actividades realizadas localmente.

Entre las expectativas que tienen con el proyecto de Artesanías de Colombia es obtener conocimientos para diversificación del producto, conocer más acerca sobre la extracción y conservación de la fibra, expresan que muchos artesanos no saben coger el totumo, tiempo de maduración destilación de la materia, en la actualidad no hay inconvenientes para la consecución de la materia prima, entre sus proyectos está iniciar el proceso de siembra de árboles, para el año en curso están en alianza con el IETA instituto técnico agropecuario y lograr donar 200 especies de totumos a artesanos y población en general para que los siembren en sus propiedades, para el futuro sueñan con tener un par de hectáreas de tierras y poder ampliar la siembra. Los artesanos están trabajando en el referente y lograr tener una identidad se reconoce la técnica del burilado

En el municipio de Tubará se celebra el festival de la yuca y el totumo durante los carnavales, convirtiéndose esta actividad en la más importante para mostrar y vender sus artesanías, la fundación Rebecca Coll los invita anualmente a participar en una feria llamada totumoda.

- Puerto Colombia: se hizo entrevista a Claudia Carpintero y Paola Eljach quienes vienen liderando una fundación llamada Paz al Mar que cuenta con 45 personas que realizan trabajos en materiales como madera, madera naufraga, conchas, coco, totumo, bisutería, tejido en crochet, hay 4 artesanos en talla en madera pero ya son personas adultas con la debilidad de la no transferencia de conocimientos para hacer que el oficio y la técnica perdure a través del tiempo.

Las Líderes reconocen que su fortaleza también es su debilidad: La diversidad de productos, están trabajando para elegir una línea que identifique al municipio en el tema artesanal, actualmente están recibiendo a través del SENA una formación en Artesanías en fibras naturales: estropajo, cuero, madera, tela con una duración de 260 horas.



Han encontrado en Fundación Puerto Colombia un aliado para fortalecer la comercialización de sus productos, los domingos realizan evento llamado EstaciónArte. Manifiestan su interés para aprender sobre productos elaborados en conchas, mejorar la calidad de sus productos y darles valor agregado a sus productos y también como mejorar el empaque y lograr mejor productividad.

- Se hizo entrevista a líder en el municipio de Galapa, con el fin de conocer detalles sobre la actividad artesanal, durante el dialogo el Sr Luis Pertuz nos comentó que en el municipio hay actividad artesanal hace más o menos 50 años, que inició con el maestro Padilla quien por iniciativa propia enseñó a un grupo de jóvenes el arte de talla en madera, emprendieron el camino con las máscaras del carnaval y hoy están compuestos por aproximadamente 30 artesanos que se dedican a la actividad, generando alrededor de 10 empleos directos o indirectos por cada unidad productiva conformada.

En el municipio de Galapa no hay asociaciones de artesanos, el sr Luis Manifiesta que hay mucha desconfianza en el sector, los que sobresalen son por iniciativa, empuje y dinamismo y ganas de hacer las cosas bien, él personalmente ha contado con el apoyo del hoy Gobernador del atlántico y está tocando puertas para ampliar su taller.

Los artesanos del municipio han participado en capacitaciones con el Sena y fundación Mario Santodomingo, pero reconoce que muchos artesanos no saben calcular los costos y se perjudican todos por el precio que le ponen al producto. Participan en ferias locales en el mes de diciembre y reciben apoyo por parte de la alcaldía y gobernación para asistir a Expoartesanías en la ciudad de Bogotá.

En la actualidad no se ejecutan proyectos para la transferencia de conocimientos, se tiene pensado vincular a jóvenes para enseñarles el arte de la talla en madera. Se identifican también un grupo numeroso de artesanos con el oficio de la cestería en enea en el corregimiento de Paluato de los que reconoce no tener mucho conocimiento.

- En el municipio de Usiacurí se hizo entrevista a los artesanos Lesvia Jiménez y Hernando Zurita quienes comentaron sobre el inicio de la actividad artesanal en el municipio hace aproximadamente 50 años, cuando un grupo de señoras por iniciativa propia empezaron a tejer en “Palma de Cuba”, pero se dejó de usar cuando impidieron la salida de la materia prima de la isla, al parecer, dicen los artesanos por prohibición que hizo el líder cubano Fidel Castro, esto dio paso a la búsqueda de otro material, se empezó a trabajar con la palma de iraca, las abuelas enseñaban a los hijos y la tradición va de generación en generación, al comienzo solo se trabajaba en el material natural, reconocen que con la intervención de Artesanías de Colombia hace más o menos 20 se dio impulso a la actividad artesanal, brindando capacitaciones en tintes e innovación en productos que permitió el surgimiento de los productos y el reconocimiento del que hoy gozan.

Manifiestan que gracias a Instituciones como la gobernación del atlántico, Clena, Fundación Mario Santodomingo han recibido apoyo a través de capacitaciones a los artesanos quienes



están conformados en cooperativas en el fin de fortalecer procesos de tinturado, variación en puntadas, como coser la palma, entre otros.

Los artesanos reconocen su gran problemática; la falta de la materia prima, al parecer ya no se siembra la palma de iraca y esta escasea con el tiempo, para esta época de lluvias, no se cuenta con el material para poder cumplir con la producción, hace un par de años se hizo un intento, sembrar palma en dos hectáreas en el municipio de Usiacurí, pero fracasó por las características del terreno, la palma crece en ambiente pantanoso. En la actualidad los artesanos del municipio están trabajando en colecciones de reconocidos diseñadores colombianos, lo que ha mejorado la competitividad y calidad de los productos, reflejándose esto en el aumento de ingresos de los artesanos, quienes manifiestan que si se puede vivir de la artesanía.

En el colegio bachillerato, y centro artesanal se imparten clases de puntadas a los niños y población en general para motivar y mantener la tradición artesanal, cuentan que el 70% de la población municipal conforma o se vincula a la actividad artesanal.

- En la ciudad de Barranquilla, a pesar de encontrarse una comunidad artesanal muy dispersa se hizo entrevista a las Señora Carolina González y Eliana Niebles, quienes tienen su empresa orientada a la elaboración y comercialización de productos artesanales, manifiestan que no hay grupos, fundaciones o asociaciones en donde estén agrupados los artesanos de la ciudad de Barranquilla, durante las capacitaciones que brinda Artesanías de Colombia o fundaciones como Gases del Caribe se reúnen en torno al proceso pero al final se diluye y cada quien vuelve a sus actividades rutinarias desde sus talleres o viviendas, sin embargo si manifiestan que la actividad o el gremio que más apoyo tiene es aquel cuyas actividades giran en torno al carnaval de Barranquilla, y ese tema les incomoda un poco puesto que consideran que Barranquilla tiene y puede ofrecer más que Carnaval, hay talla de madera, tejeduría, talla de totumo, esperan seguir contando con el apoyo de Artesanías de Colombia para mejorar la calidad de sus productos y están muy interesadas en registrar su marca para hacerse visibles y porque no soñar con exportaciones que mejoren sus ingresos.
- En el municipio de Ponedera se dialogó con el artesano Eber Cano y su esposa Marleny quienes expresan que hace aproximadamente 60 años sus abuelos llegaron al municipio provenientes del sur de Bolívar, elaboraban productos en barro que transportaban a través del río Magdalena y al llegar a Ponedera se dieron cuenta que se encontraba la materia prima y se asentaron en el municipio dando inicio al oficio de Alfarería.
Actualmente hay 8 tornos en el municipio, todos pertenecientes a la familia Cano, distribuidos en 5 núcleos familiares, La señora Gladys Cano quien adelanta la actividad con sus hijos en su vivienda (2 tornos), Roger Sosa hijo de la sra Gladys quien tiene un torno en su residencia, el señor Tomás Mendoza con sus hijos Yarlis Mendoza Cano y Edwin Mendoza Cano tienen tres tornos, Geovanny Cano, cuenta con un torno y Eber Cano quien tiene un torno.

En Ponedera El artesano Eber Cano nos comenta que varios integrantes de la familia están desmotivados por los bajos ingresos, manifiesta que con la iniciativa y el interés de algunos



de mejorar los ingresos han salido del municipio para mostrar y lograr encontrar nuevos clientes, se ven afectados con la competencia de los productos que se traen de Ráquira, quienes están mejor equipados y tienen mejor calidad de materia prima, por tal motivo solicitan apoyo para tecnificarse y recibir capacitación para mejorar la calidad del barro y poder diversificar sus productos.

Han recibido capacitaciones por parte de la gobernación y tienen experiencias negativas que los hacen desconfiar, hace aproximadamente tres años se ejecutó un proyecto con el objetivo de mejorar sus talleres, al parecer la persona no invirtió los recursos y se hicieron montajes del resultado, igualmente el año pasado llegó al municipio una fundación que dictó talleres y les creó expectativas con respecto a la construcción de albercas y placas para secar el barro, intervenciones que al final no se hicieron.

Por resaltar en los artesanos de Ponedera es que cada núcleo familiar hace sus propios productos y con la capacidad de hacerlos todos, cuando llega un cliente con un pedido específico este se direcciona al artesano que elabora dicho producto.

- Se hizo entrevista a líderes en el corregimiento de san Juan de Tocagua en el municipio de Luruaco, con el fin de conocer detalles sobre la actividad artesanal. Las Señora Yenis Gonzáles y Delfina Salas nos comentaron que en el municipio hay actividad artesanal hace más o menos 15 años, que iniciaron con el producto de estera en enea, las cuales vendían a 4000 pesos, inicialmente eran aproximadamente 40 personas quienes tejían, hoy la comunidad artesanal está compuesta por aproximadamente 30 artesanos que se dedican a la actividad.

En el municipio de Luruaco hay una asociación de artesanos Asoartasant, pero reconoce que se han presentado algunos roces entre las participantes y esto ha desmotivado el grupo para seguir avanzando en la consecución de resultados

Los artesanos del municipio han participado en capacitaciones con la secretaria de la mujer, el Sena y con Artesanías de Colombia con quien están muy agradecidos con el programa maestro artesano, por este proyecto llegó a su corregimiento el artesano Aníbal González proveniente de Paluato, corregimiento de Galapa a enseñarles técnicas para tejer y entorchar la enea y sacar mayor variedad de productos que permitan obtener mejores ingresos.

Participan en ferias locales y regionales, exponiendo los productos, gracias al puff que aprendieron a hacer el año pasado se han dado a conocer y están produciendo, con la desventaja de las vías de acceso y medios de transporte que dificultan y hacen el proceso productivo más costoso.

- Se hizo entrevista a líderes artesanales del municipio de Soledad: Patricia Ibáñez y Luzmila Trespalacios. Manifiestan que en el municipio de Soledad hay aproximadamente 140 artesanos que se dedican a la talla en madera, talla en totumo, parafernalias del carnaval, elaboración de calzados, bisutería, entre otros.



Existen dos asociaciones lideradas por ella ASORTESOL y ASALECC en las cuales están agrupadas el 90% de los artesanos del municipio, los artesanos han participado en capacitaciones con el Sena, proyectos de la Gobernación y Artesanías de Colombia, participan en ferias locales, regionales. Se identifica como fortaleza la diversidad de productos y la calidad de los productos que elaboran, reconocen que a pesar de estar asociados no son muchos los beneficios que se obtienen puesto que participan como empresas independientes cuando asisten a los eventos que los invitan. Manifiestan su interés en capacitarse en temas que los fortalezcan para mejorar la calidad de sus productos y mejorar la comercialización para generar mejores ingresos, en el municipio no hay un espacio identificado en donde los visitantes se acerquen a ver las artesanías.



6. Componente emprendimiento

6.1. Objetivo general

Asesoría en el componente de emprendimiento, fortaleciendo las capacidades humanas y empresariales de las unidades productivas del sector artesanal en el marco del proyecto “Fortalecimiento de la competitividad y el Desarrollo de la actividad artesanal en el departamento de Atlántico” Fase 3.

6.2. Objetivos Específicos

- Atender a los artesanos beneficiarios de los Municipios de Barranquilla, Soledad, Galapa, Usiacurí, Luruaco, Suan, Tubará, Puerto Colombia, Ponedera, en el Departamento del Atlántico, en el módulo de desarrollo social componente emprendimiento.
- Realizar talleres sobre conceptos, formas y ventajas prácticas de trabajo colectivo, asociatividad, y formalización.
- Realizar talleres para aprender a calcular el costo de producción y el precio final de mercado.
- Realizar seminarios taller para fortalecer las competencias que permitan a las unidades productivas artesanales elaborar sus Planes de Negocio apuntando a la autosostenibilidad.
- Realizar asistencias técnicas en los Municipios de Barranquilla, Soledad, Galapa, Usiacurí, Luruaco, Suan, Tubará, Puerto Colombia, Ponedera, relacionadas con la definición de costos de producción y manejo de cuentas del taller de acuerdo con la metodología y las actividades establecidas en el marco lógico del proyecto, por Artesanías de Colombia.
- Realizar asistencia técnica en los talleres de los Municipios de Barranquilla, Soledad, Galapa, Usiacurí, Luruaco, Suan, Tubará, Puerto Colombia, Ponedera, en la definición de un plan de negocio.
- Realizar un análisis de impacto social, económico, cultural y social del proyecto programado en los municipios de Barranquilla, Soledad, Galapa, Usiacurí, Luruaco, Suan, Tubará, Puerto Colombia, Ponedera, de acuerdo con la metodología y las actividades establecidas en el marco lógico del proyecto, por Artesanías de Colombia.

6.3. Presentación

El módulo de Desarrollo Social en el marco del proyecto *“Fortalecimiento de la Competitividad y el Desarrollo de la Actividad Artesanal en el Departamento del Atlántico,*



Fase 3-2017, comprendió el componente de *Emprendimiento* que propició el espacio para generar autonomía en las unidades productivas artesanales ubicadas en los municipios de Suán, Tubará, Ponedera, Usiacurí, Soledad, Luruaco, Puerto Colombia, Galapa y Barranquilla, logrando así como artesanos emprendedores un crecimiento individual y colectivo. Precisamente, el acompañamiento en el componente de emprendimiento se enfocó en fortalecer las capacidades de los artesanos con el fin de que logren un modelo de negocio sostenible a partir de la creación de una hoja de Ruta con la dinámica de su negocio y las estrategias a corto y mediano.

El plan de trabajo que se desarrolló dentro del componente de Emprendimiento comprendió cuatro (4) fases referentes a los entregables contemplados en el contrato ADC-2017-360. A continuación se detallan los módulos realizados: Formación del Espíritu Emprendedor, Diagnóstico Inicial, Planes de Acción, Planes de Negocio. .

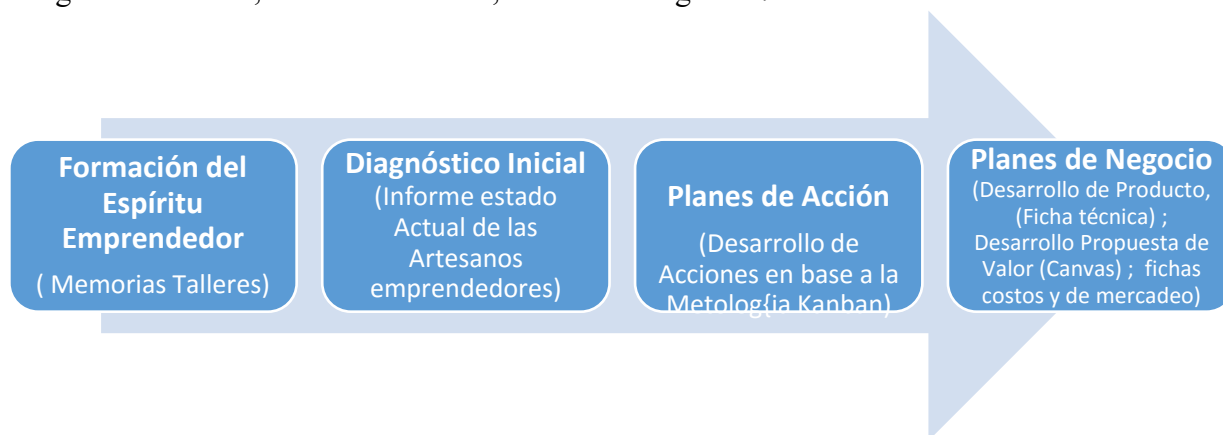


Figura 2. Etapas del módulo de emprendimiento

Dentro de la Fase de Formación del Espíritu Emprendedor se condensaron tres talleres importantes para dinamizar los negocios y asociaciones como fueron: taller de *Asociatividad, Bancarización y Formalización*, el taller *La Empresa Artesana* y el taller sobre *El Plan de Negocio*. Desde el primer taller realizado sobre Asociatividad, Bancarización y Formalización se logró visualizar un panorama único para cada municipio y fue a partir de ese taller que se inició la hoja de ruta de trabajo con las comunidades. A nivel organizacional todos los municipios presentan una gran atomización de microempresas constituidas, especialmente como persona natural, o emprendimientos aún no constituidos legalmente. Cabe resaltar que solo cinco municipios cuentan con asociaciones que agrupan a los artesanos como son: Luruaco, Puerto Colombia, Soledad, Tubará y Usiacurí. A continuación se presenta una tabla con los nombres de las organizaciones:

Tabla 4 Nombres de las asociaciones

Municipio	Nombre de la Organización y sigla
Luruaco	Asociación de Artesanos de San Juan de Tocagua - ASOARTESANT
Puerto Colombia	Fundación Paz al Mar
Soledad	Asociación de Artes y Artesanos de Soledad- ASORTESOL ASALECC
Tubará	Asociación de Artesanos de Tubará- ASOARTES
Usiacurí	Cooperativa Tejedora de Usiacurí – COOTEUS



Cooperativa de Desarrollo ART Usiacurí

Origen: Información obtenida de los talleres realizados en cada municipio.

Sin embargo, no existe en ninguna un plan estratégico de trabajo con objetivos comunes y con roles definidos, solo se percibe en la Asociación de Artesanos de Tubará -ASOARTES un trabajo en equipo más allá de la asistencia a ferias, es decir, existe un liderazgo que anima y buscan dinamizar la organización, ejemplo es que los maestros artesanos de la asociación como son el Sr. Adolfo Coll y el Sr. Alex Castro realizan capacitaciones en totumo para que los artesanos puedan vender sus productos con calidad en las vitrinas de ASOARTES.

Dentro de los municipios acompañados se pueden encontrar más oficios considerados artes manuales o manualidades que artesanías con un origen ancestral, uso de una fibra natural y con una técnica definida. Los municipios de Barranquilla, Puerto Colombia, Soledad y Suan son los que más tienen emprendimientos en bisutería, tejido crochet, bordado, macramé, marroquinería, pintado en tela y lencería. Mientras que municipios como Galapa, Usiacurí, Luruaco en el corregimiento de San Juan de Tocagua, Tubará y Ponedera se encuentran respectivamente oficios artesanales que se han transmitido de generación en generación como son: tallado en madera, tejeduría en palma de iraca, tejeduría en enea y alfarería.

Es importante destacar la colaboración de las entidades de apoyo que facilitaron los lugares para los talleres como fueron la Corporación Luis Eduardo Nieto Arteta - CLENA en Barranquilla, Casa de la Cultura en Galapa, Secretaría de Turismo en Puerto Colombia, Asociación Asoartes en Tubará, Asociación Coteus en Usiacurí, Centro Integral para el Desarrollo en Suan, el Punto Vive Digital ubicado en el Colegio Dolores María Ucrós en Soledad y en San Juan de Tocagua aunque no se cuenta con un lugar propicio para hacer los talleres, hubo varios que se realizaron en las afueras de un estanco, y otras veces cuando había disponibilidad en el colegio de Tocagua nos colaboraba con un salón para el taller.

Se lograron realizar tres talleres participativos para un total de 117 horas beneficiando a 279 artesanos y cuyos contenidos trabajados fueron la economía solidaria y los beneficios que se generan trabajando en equipo, beneficios de tener un producto financiero como cuenta de ahorros o contar con un datafono, comparaciones de tasa entre bancos para elegir un aliado bancario, pasos para crear una empresa y sus implicaciones más allá de tener un certificado de existencia y representación legal, cómo organizar la empresa para alcanzar sostenibilidad, cómo calcular los costos y la fijación de precios, la creación de un modelo de negocio que capture y genere valor por medio de la consolidación de aspectos claves como la propuesta de valor, conocimiento de mi cliente, empatía con mi cliente, listado de mis actividades claves y diseño de mi relación con los clientes.

Paralelamente a los talleres y a partir de los resultados del Diagnóstico de las unidades de producción artesanal en el departamento del Atlántico, se elaboró un informe sobre el Estado de las Organizaciones que incluye un análisis de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas –DOFA.



Tabla 5 Asistencia a los talleres realizados dentro de la Fase de Formación del Espíritu Emprendedor

Municipio	Taller	Taller		Taller la	Taller Plan		Taller Plan		
	Asociatividad, Formalización y Bancarización	Hombres	Mujeres	Empresa Artesana	Hombres	Mujeres	de Negocio	Hombres	Mujeres
Barranquilla	15	0	15	11	5	6	7	3	4
Galapa	6	4	2	11	3	8	13	6	7
Luruaco	15	0	15	10		10	14	0	14
Ponedera	11	4	7	8	2	5	2	1	1
Puerto Colombia	15	1	14	6	1	5	13	0	13
Soledad	9	2	7	11	5	6	10	1	9
Suan	13	0	13	6	0	8	9	0	9
Tubará	12	4	8	8	3	5	11	4	7
Usiacurí	14	1	13	8	0	8	11	2	9
Total	110	16	94	79	19	61	90	17	73

Origen: Datos obtenidos de los listados de asistencia firmados por los artesanos.

Se realizó un diagnóstico de cómo se encuentran las asociaciones en este momento, así mismo se diseñaron seis (6) planes de acción en los municipios de Soledad, Ponedera, San Juan de Tocagua en Luruaco, Puerto Colombia, Usiacurí y Tubará cuya base de elaboración fueron los talleres y los resultados que arrojó el análisis del diagnóstico inicial. Dichos planes fueron entregados y explicados a las organizaciones intervenidas con el fin de que los artesanos prioricen las iniciativas más importantes para cumplir ciertos objetivos o metas. Los planes de acción responden a propósitos, atributos o capacidades que quieren fortalecerse, impactos y riesgos de no implementarse.

Se realizaron ejercicios en cada municipio tomando como ejemplo un producto artesanal. Puntualmente se explicó el cálculo de costos fijos y costos variables, así como conocer cuando se está perdiendo o ganando antes de aceptar una compra y todo esto calculando el punto de equilibrio por producto. De igual forma se trabajó la rentabilidad del negocio y como se deben fijar los precios teniendo en cuenta la competencia, la época del año y las horas dedicadas en el producto, al que determinar la ganancia para así dar el precio final al cliente.

A continuación se relacionan algunos de los productos tomados por ejemplo durante la cazuela en Ponedera donde se hizo el ejercicio con unos costos fijos altos teniendo en cuenta que deben iniciar la compra de un nuevo torno, en este caso hacer 15 cazuelas no es rentable porque solo se obtiene lo mínimo para costear los productos sin alguna ganancia, es decir, solo a partir de la unidad 17 se obtendría ganancia:



Primero, completa los costos variables que tienes. Aquí te brindamos algunas ideas. Si necesitas más espacio, puedes agregar filas.

CAZUELAS	15 unidades
100 LIBRAS DE BARRO	\$ 7.000
LEÑA	\$ 15.000
	\$ -
	\$ -
	\$ -
Total Costos variables	\$ 22.000

Ahora, completa los costos fijos que tienes. Aquí te brindamos algunas ideas. Si necesitas más espacio, puedes agregar filas.

Descripción				
Hora mano de obra por elaborar 4 horas *5 días	\$ 300.000			
Herramienta Torno	\$ 500.000	Costo Variable \$	842.000	Ganancia por 15 unidades
Servicios	\$ 20.000	Costo Unitario \$	56.133	por unidad
Mobiliario		Precio de Venta \$	72.973	\$ 16.840
Total Costos fijos	\$ 820.000	Precio 15 unidades \$	1.094.600	\$ 252.600
		Punto de Equilibrio	16	

Ahora, calcula tus costos totales. Recuerda que para calcularlos, debes sumar tus costos fijos y tus costos variables

Costos Totales	\$ 842.000
-----------------------	-------------------

Figura 3. Ejercicio de Costos con cazuelas en cerámica negra elaboradas por el Sr. Eber Cano en Ponedera.

Cada ejercicio fue desarrollado con un producto que entre las mismas artesanas participantes escogían y al finalizar resultan con habilidades para sacar el punto de equilibrio, los costos fijos y variables, el precio unitario y total y el margen de ganancia por producto. Todos los ejercicios se pueden ver en el documento de Excel de asistencia técnica en costos.

Dentro del Componente de Emprendimiento se realizaron ejercicios prácticos implementando la *metodología Canvas* de Alexander Osterwalder herramienta que permite de forma gráfica visualizar las cuatro (4) áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. El gran reto es que éste no se convierta en un documento estático sobre los pasos que debe seguir el artesano en los próximos meses o años, sino que sea dinámico como lo afirma Steve Blank, “*Los emprendedores generan un plan de negocios, una vez escrito es una colección de hechos. Una vez completado no sueles oír acerca de gente re-escribiendo su plan. Es estático. En contraste, un modelo de negocio es diseñado para ser cambiado rápidamente para reflejar lo que se encuentra fuera del negocio. Es dinámico*”.¹

6.4. Diagnóstico del estado de las organizaciones

Desde el primer acercamiento con los artesanos durante el desarrollo del primer taller sobre *Asociatividad, Formalización y Bancarización*, se percibió un ambiente de optimismo y de trabajo en equipo en municipios como Tubará y Luruaco (San Juan de Tocagua). Sin embargo, lo mismo no ocurre en el resto de municipios como Soledad, Puerto Colombia, Barranquilla, Galapa, Suan, Usiacurí y Ponedera donde se presenta una diversidad de emprendimientos independientes que pertenecen esporádicamente a asociaciones sin objetivos comunes o en su

1. Blank, Steve. «Diferencia entre Plan de Negocio y Modelo de Negocio» (en inglés). <https://steveblank.com/2010/04/08/no-plan-survives-first-contact-with-customers-%E2%80%93-business-plans-versus-business-models/>



defecto se desvinculan por estar desmotivados, por la escasa planeación estratégica, por la desinformación de objetivos comunes de trabajo o por no conocer las ventajas por estar vinculados a dichas asociaciones.

A continuación se detallan las organizaciones que se encuentran en los municipios de Luruaco, Usiacurí, Tubará, Puerto Colombia y Soledad:

Luruaco, San Juan De Tocagua

Nombre de la Organización: Asociación de Artesanos de San Juan de Tocagua - ASOARTESANT

NIT: 900.859.070-8

Representante Legal: Alba Lucía González

Dirección: Calle 6

Celular: 310 647 9794

Correo electrónico: allugona@gmail.com

No. De Beneficiarios: 25 mujeres afrodescendientes

ASOARTESANT se constituyó en el año 2014 y cuenta con 25 artesanas asociadas siendo todas mujeres que necesitan un capital semilla para la compra de herramientas necesarias y para constituir un lugar como taller donde se realice la producción y/o organizar las capacitaciones, las cuales se hacen muy a menudo en un lugar muy descuidado que sirve como estadero en las noches y que tiene un olor fétido, el otro lugar es la escuela del corregimiento pero a veces no se encuentra disponible en las mañanas o está cerrada en la tarde. En todo el año la asociación ASOARTESANT no logró dinamizar a sus asociadas por lo cual muchas han emprendido solas como es el caso de la artesana Sra. Yeinis González con su empresa ARTESANÍAS EL PROGRESO DE LAS SANJUANERAS, que agrupa a 9 mujeres en la elaboración de productos en tejido de enea y junco como contenedores, pufs, contenedores, esteras y para el tejido de junco esterillas, monederos, individuales y caminos de mesa.

Dentro de las principales debilidades son los recursos económicos para adquirir la materia prima así como maquinaria y las herramientas necesarias como una máquina industrial, una vitrina, así como pinzas de todos los modelos y tamaños. Una de las grandes debilidades es no contar con un canal de distribución que les permita bajas costos en la logística, así como garantizar la entrega en buen estado de los productos. Precisamente, una vez vendida la mercancía es difícil transportarla desde el corregimiento al lugar de destino usando un medio económico y que rentabilice por ejemplo el solo transportar una unidad.

Dentro del desarrollo del modelo negocio se trabajó puntualmente en los aliados estratégicos y como crear una alianza con una empresa de envíos que minimice los costos y donde se fijen unos días precisos para que sean varios pedidos al tiempo. Entre sus fortalezas se encuentra que están cada día capacitándose en la técnica del hilado de la enea para hacer puff con esa fibra. También se logró diseñar un logo que las identificara como marca que diferencie y garantice el uso de las mejores materias primas y la calidad de la mano de obra.

Tubará

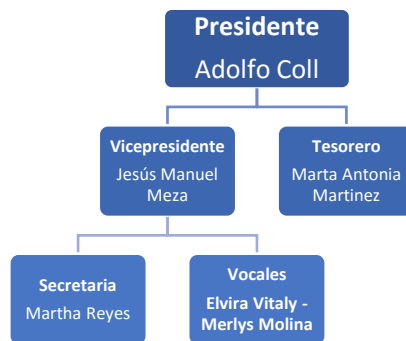
Nombre de la Organización: Asociación de Artesanos de Tubará

NIT: 900.183.294-8



Representante Legal: Adolfo Coll
Dirección: Calle 6 No.4-44
Celular: 3045556385
Correo electrónico: asoartes15@yahoo.es

Figura 4. Organigrama de la Asociación



La asociación ASOARTES cuenta con un grupo mayoritario de comunidad indígena proveniente de la etnia *Mokaná*, compuesta por cuatro (4) hombres y nueve (9) mujeres, para un total de 13 miembros activos. Con más de once (11) años de constituida, la misión de ASOARTES es la producción y comercialización de productos artesanales en totumo, tejido y madera resaltando la identidad Mokaná. Como fortalezas se puede apreciar que hay unidad en la asociación y que pueden trabajar en equipo.

El totumo es una de las principales materias primas utilizada y lo fusionan con otros elementos como el tejido para crear mochilas o lo usan para crear máscaras, cofres. Una amenaza es el escaso acompañamiento institucional de entidades como la Alcaldía o la Secretaría de Turismo para que logren movilizar más personas al municipio, así como dinamizar el municipio con ferias al menos cada tres meses. Sin embargo ven como oportunidad la potencialización del turismo a través del proyecto de la Gran Plaza que se construirá siempre y cuando logren un espacio estacionario para la promoción de las artesanías. En relación a la materia prima, se presenta una amenaza porque existen especies de totumo que se han extinguido como los de tamaños muy grandes o muy pequeños que solo se consiguen en otros departamentos como Bolívar y Córdoba.

Una de las fortalezas es que tienen un punto de venta que es arrendado y se encuentra en la casa de una de las asociadas pero éste debe ser renovado con vitrinas que atraigan miradas, se debe rediseñar la exhibición de los productos. Actualmente no cuentan con registro de visitas al punto de venta que impide tener métricas del lugar o peor aún no conocer el cliente para realizar un proceso de marketing y fidelización.

A continuación se presentan las líneas de negocio con las que cuenta la asociación, siendo la línea hogar y la línea textil las más rentables:

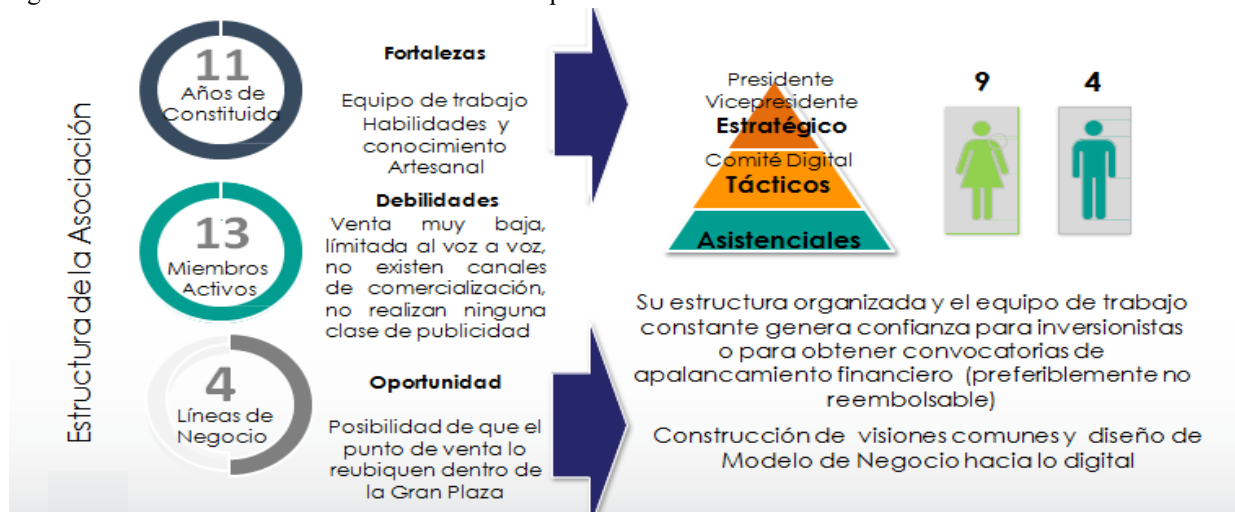
1. Línea Hogar: vajilla en Totumo
2. Bisutería: accesorios varios como collares, pulseras, anillos.
3. Línea de Oficina: papeleras, portalápiz.
4. Línea Textil: vestidos étnicos, tejido fusionado como mochilas con apliques en totumo.



Todos los productos cuentan con fichas técnicas y a nivel contable manejan un flujo de caja mensual que comparten con sus asociados mes a mes, por lo cual otra de sus fortalezas es que existe un equipo administrativo en ASOARTES que genera confianza para participar en convocatorias y obtener recursos de apalancamiento financiero. Dentro de las debilidades de la organización se encuentran la falta de liquidez y el bajo nivel de ventas por lo cual es urgente definir estrategias de promoción, mercadeo y comercialización de los productos, así como una redefinición del modelo de negocio hacia lo digital

No existen fuentes de empleo diferentes a la Alcaldía y al Centro de salud, por lo cual ASOARTES tiene como meta generar empleo a la comunidad. La comercialización es un punto crítico dentro de la organización en especial, participación en ferias, creación de equipos comerciales que identifique oportunidad de negocio y que las ejecute. Dentro de las grandes oportunidades que tienen es que cuentan en el municipio de Tubará con un punto de Vive Digital que les va a permitir generar un modelo de negocio digital para varios de sus productos, lograr posicionar su identidad *Mokaná* y dar a conocer la historia que hay detrás de cada artesanía hecha a mano.

Figura 5. Estado actual de Asoartes realizada en el plan de acción.



Usiacurí

Nombre de la Organización: Cooperativa Integral de Desarrollo Artesanal y la Promoción Turística de Usiacurí -COODEARTUS

NIT: 900.558.837-8

Representante Legal: David Escorcía **Contacto:** Frida Padilla

Dirección: Centro Artesanal

Celular: 3006855732

Correo electrónico: fridapadilla20@hotmail.com

La organización se constituyó en el 2010 y la componen 12 artesanas que elaboran individuales, bolsos, accesorios en palma de iraca. La última asamblea la realizaron en junio y el problema más grande son las ventas tan bajas y los escasos o nulos pedidos, solo producen lo que se comercializa en el punto de venta ubicado en el centro de Desarrollo Artesanal pero no tienen un plan de marketing u objetivos comunes para activar el mercado, así como una ventaja competitiva que las diferencie.



Organigrama

En el momento no existe un líder visible que la fomente y genere entusiasmo entre los asociados. La estructura de la organización se compone de la siguiente forma:

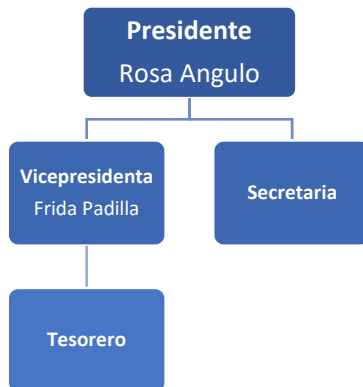


Figura 6. Organigrama de la Asociación

Nombre de la Organización: Cooperativa Tejedora de Usiacurí

NIT: 900.183.294-8

Representante Legal: Luz Márquez Padilla

Dirección: Cra 22 No. 9A -27 Centro de Desarrollo Artesanal

Celular: 3145195138

Correo electrónico: cooperativatejedoradeusiacuri@gmail.com

La Cooperativa Tejedora de Usiacurí – COOTEUS tiene más de 40 años de constituida y agremia a 22 artesanos que elaboran a mano productos en palma de iraca en las siguientes líneas:

1. Línea Hogar: baño, individuales, portavasos, paneras, cofres, servilleteros, centros de mesa, bandejas, revisteros y contenedores.
2. Línea de Accesorios: bisutería, bolsos, sombreros, zapatos, joyeros.

La representante legal es la artesana Luz Márquez Padilla, seleccionada como una de las 75 maestras artesanas, quien es la cabeza visible en temas comerciales y legales, su organigrama está compuesto de la siguiente manera:

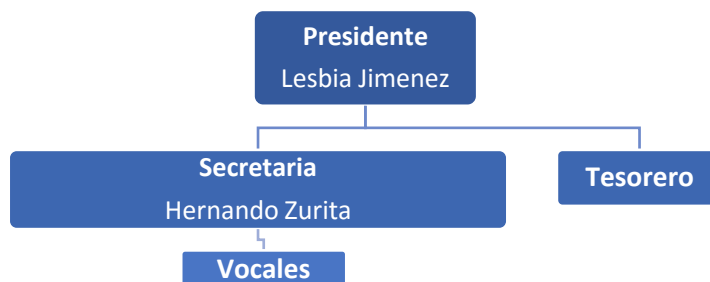


Figura 7. Organigrama de la Asociación

Dentro de las fortalezas, COOTEUS se destaca por sus buenas relaciones con entes públicos y privados como la Red Iberoamericana de Fortalecimiento Artesanal-RITFA, así como el SENA y Universidades como Simón Bolívar. Una de las amenazas que presenta la organización es el costo alto que están pagando por la palma de iraca y la cual está cada vez más difícil de comprar



por su escases en los municipios de María La Baja y San Cayetano ante esto se deberán buscar nuevas fuentes de insumos o en su defecto traerlo de departamentos como Nariño. Así mismo las instalaciones del punto de venta deben remodelarse dado que el techo se está rompiendo y en el transcurso del año 2017 han sido atracados dos veces con una pérdida superior a los 10 millones en la mercancía robada.

Como oportunidad es indiscutible la fama mundial y relevancia internacional del tejido en palma de iraca resultado de los esfuerzos de diseñadoras colombianas que han llevado a grandes pasarelas los tejidos en forma de bolsos, por lo cual es imperioso un cambio del modelo de negocio estático que presentan a un modelo más abierto, digital que pueda sacar colecciones cada tres meses y vender en línea para que puedan capturar más clientes. Dentro de las debilidades se encuentra que las directivas de la cooperativa tienen más de 70 años y son muy tradicionalistas por lo cual es importante incorporar canales digitales propios que permitan dar a conocer la organización, sus asociados y sus productos y pueda darse un giro al mercado estático de esperar al cliente en el municipio.

En la actualidad, Usiacurí presenta diversos emprendimientos en torno a la tejeduría en palma de iraca que se necesitan consolidar como empresa para que crezcan y se desarrollen aún más. Se han creado empresas como persona natural como es el caso de la Sra. Edilsa Baldomino que se ha empoderado y logrado un espacio dentro de la comunidad, vendiendo sus productos en la Plazoleta Julio Flórez como Constru-Arte y la Sra. Sandra Muñoz que ha sobresalido por apoyar a la comunidad de artesanas con proyectos con objetivos comunes.

Puerto Colombia

Nombre de la Organización: Fundación Paz al Mar

NIT: 901.013.445-9

Representante Legal: Claudia Carpintero

Dirección: Calle 2 No 10c-147

Celular: 3196832542

Correo electrónico: aretanosred@gmail.com



La fundación se constituyó en el año 2016 con el fin de visibilizar y posicionar la artesanía como una industria cultural que jalona y fortalece el turismo desde lo cultural, a través de la formación para el emprendimiento, la generación y gestión de fuentes de financiación y en la distribución, comercialización y exhibición. El objetivo es visibilizar los oficios de muchos artesanos por medio del turismo y la industria creativa.

Dentro de las fortalezas se denotan que están legalmente constituidos como fundación, cuentan con al menos 60 artesanos interesados en involucrarse pero aún no están asociados, mantienen contacto directo con aliados estratégicos como la Fundación de Puerto Colombia con la que hacen una feria todos los fines de semana, cuentan con un activo digital como una cuenta en *Fan Page* en Facebook y cuentan con una marca que los identifica Paz al Mar.

En fortalezas cuentan con objetivos grandes que se deben especificar en acciones y tácticas para cumplir, también se recomienda crear comités con el fin de dinamizar la fundación y asignar responsabilidades al equipo que la conforma. Entre las debilidades es que necesitan crear una



identidad propia con una propuesta que resalte el origen de la artesanía y para eso necesitan que entre los artesanos asociados se construya un manifiesto de trabajo. Dentro de las amenazas se percibe un desarrollo de trabajo de equipo muy bajo que debe ser uno de los propósitos como organización.



Figura 8. Organigrama de la Asociación

Soledad

Nombre de la Organización: Asociación de Arte y Artesanos de Soledad -ASOARTESOL

NIT: 901.016.674-2

Representante Legal: Luz Mila Trespalacios

Dirección: Cra. 38 No 27.123 Santa Inés

Celular: 3043439937

Correo electrónico: artesanosdesoledad@outlook.es

Son 19 asociados con oficios diferentes como arte manual, artesanías con talla en madera o talla en totumo. Se reúnen cada mes como asamblea donde presentan cronograma de festividades y la participación ferias municipales o en ferias del totumo o en ferias de la secretaria de cultura. Cada asociado realiza un aporte social para el pago de impuestos y los honorarios de contador o para renovar la matrícula mercantil o para pagar un stand colectivo en las ferias.

Actualmente están elaborando un proyecto para la secretaria de cultura del municipio con el fin de diseñar un producto grupal con una fibra natural que los una.

La asociación tiene 8 años de trabajo en equipo pero en el 2016 se constituye como ASOARTESOL y obtienen su certificado de existencia y representación legal. Su presidenta, Luz Mila Trespalacios es la que lidera mantiene y motiva la organización, así como la que se relaciona con las instituciones:

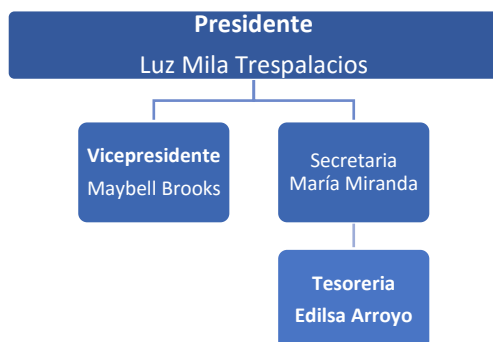


Figura 9. Organigrama de la Asociación



Los productos son diversificados pero se destacan los que más se comercializan, hay que destacar que la organización aún no ha diseñado una estrategia de mercadeo y marketing que permita a los artesanos asociados vender o promocionar constantemente sus productos:

1. Máscaras: moldeadas en papel maché y talladas en madera.
2. Línea Textil: calzado artesanal tejido en caña flecha, mochilas tejidas con lana.

Como fortaleza presentan un grupo pequeño pero que trabaja en equipo, dentro de las debilidades se encuentra recibir capacitación en temas como formulación de proyectos u organización de ferias.

Nombre de la Organización: Asociación sin Ánimo de Lucro Emprendedores del Caribe Colombiano - ASALECC

NIT: 901.005.930-0

Representante Legal: Patricia Ibáñez

Dirección: Calle 16 No. 18-11

Celular: 3007414249

Correo electrónico: rac.comunicaciones@hotmail.com

ASALECC tiene 72 asociados, conformada por 65 mujeres y 7 hombres, aunque solo 14 artesanos son activos. La asociación inició sus actividades en septiembre del año 2016, su estructura organizacional se compone de la siguiente manera:



Figura 10. Organigrama de la Asociación

Actualmente cuentan con un active digital que es la fan page creada en Facebook y con la cual se trabajó la construcción de indicadores para monitorear los esfuerzos por tener una red social. No se cuenta con una propuesta de valor que motive y ofrezca la esencia y dinámica de la organización pero si tienen un líder visible como la Sra. Patricia Ibáñez que es el contacto de la asociación.

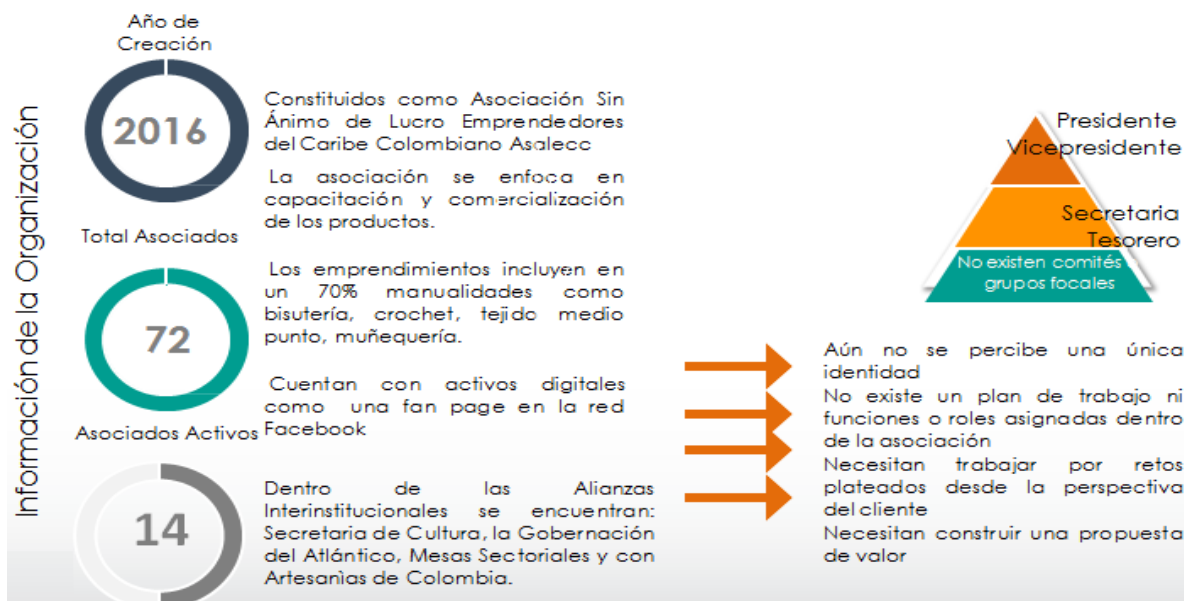


Figura 11. Estado actual de Asalecc construido dentro de los planes de acción.

6.5. Análisis del impacto social, económico y cultural del módulo de emprendimiento

A continuación se detalla un análisis del impacto de las actividades realizadas en los municipios de Barranquilla, Galapa, Luruaco, Ponedera, Puerto Colombia, Soledad, Suan, Tubará, y Usiacurí teniendo como base las asesorías, reuniones y talleres realizados en cada uno sobre plan de negocio, asociatividad, bancarización, formalización y la estructuración de una empresa artesana:

Barranquilla

En Barranquilla no existe una organización que agrupe a las artesanas o artesanos que se dedican a diferentes oficios como máscaras del carnaval talladas en madera, máscaras de papel y tela, tejeduría o que elaboran manualidades como bisutería, confección de vestuario y zapatos en tela. Dentro de las características del ecosistema artesanal en la ciudad de Barranquilla se percibe un fuerte aspecto de creación de empresa y formalidad, microempresas artesanales como Taller Las Marías, Innovación Artesanal, Caribe Étnico, Innovarte, son ejemplo de tenacidad y trabajo en equipo que se dedican durante todo el año a la confección de máscaras, tejeduría y bisutería. Se necesitan más talleres de formación en especial en Transformación Digital dado que muchas ya cuentan con activos digitales como Fan Page en Facebook o cuenta en redes como Instagram pero deben potencializarlos aún más, es decir, diseñar unos indicadores KPI que permitan identificar el éxito o fracaso de la segmentación de los clientes, las fotografías, la relación con los clientes y lo más importante el aumento de las ventas. El impacto de los talleres despertó en los participantes necesidad de buscar alianzas para alcanzar objetivos comunes como financiamiento o proyección nacional de sus productos. Se compartieron redes importantes que son radares de convocatorias para el sector social como Nodoká, o la Embajada de Alemania con el fondo para microproyectos. Si bien los participantes son de diferentes oficios y algunos pocos elaboran artesanías se podrían iniciar asesorías puntuales con empresas que tienen potencial para activar demanda y generar empleo.



Galapa

El municipio de Galapa presenta una diversidad de emprendimientos artesanales que cada vez se consolidan en empresa como es el caso de la empresa del maestro artesano Luis Pertuz “*El Toro Miura*” que ya inició una transformación digital y sus productos ya se pueden visualizar en redes sociales como *Instagram* o la empresa “*El Tigre*” de la familia Padilla que han consolidado el taller y un nivel de ventas mes a mes. A nivel sociocultural se pueden percibir dos grupos de artesanos: artesano emprendedor cuya propuesta debe ser enfocada en aspectos organizativos y operacionales y artesano con un modelo de negocio definido que busca capturar y generar valor e iniciar procesos de innovación. Esa diferencia en objetivos no ha permitido la conformación de asociaciones entre ellos.

Por lo tanto si un artesano ya ha consolidado un modelo negocio no asistirá a talleres con conceptos básicos. En consecuencia a pesar de existir 120 artesanos solo asistían a los talleres menos del 10%. Durante los talleres de Empresa Artesana y Plan de Negocio se dieron las herramientas para que los artesanos se organicen y puedan aumentar sus ventas, fidelizar sus clientes, generar empleo y contribuir con más bienestar para el municipio. A nivel económico el artesano emprendedor de Galapa al igual que en otros municipios necesita un capital semilla para invertir en herramientas y equipos, otros necesitan asesoría técnica en acabados. Una de las conclusiones durante el taller de la empresa artesana fue la necesidad de identificar sus productos porque no solo se trata de generar una venta sino de crear una recordación.

Muchos artesanos comprendieron que ser visibles en el mercado asegura ventas mes a mes y por lo tanto permite cubrir costos fijos como equipos, herramientas y hasta el diseño y construcción de sus propios talleres. En consecuencia la creación de una marca propia y el desarrollo de una propuesta de valor para sus emprendimientos fueron aceptados por todos. Artesanos como Dionisio Vargas iniciaron un acercamiento a transmitir su estrategia empresarial a sus clientes y capturar nuevos segmentos de mercado que exigen calidad con palabras claves de su día a día como “tallar”, “sacrificio”, “desgaste”, “pasión”, “dar forma”, “combinar”, “crear”, “sellar” se logró configurar una propuesta así: “El diseño no lo es todo, pero aquí te damos todo en cada pieza.” Se trata de mostrar al cliente que el producto no es solamente lo que se lleva sino todo los pasos que tuvo para su elaboración y toda las horas de entrega que en cada pieza.

El oficio que se destaca en los talleres son las máscaras talladas y las de papel maché, así como cestos en bejuco y en enea. Como oportunidades se destaca la feria que se realiza anualmente denominada “*Máscaras y Bejuco*” del 1 al 3 de diciembre y es la única que reúne a todos los artesanos del municipio dado que la alcaldía da un aporte en efectivo para que puedan elaborar los productos que van a exponerse en la feria. La mayor amenaza se encuentra en los insumos como el bejuco que no se consiguen fácilmente y tienen que desplazarse a otros municipios como Luruaco. Tampoco existe una propuesta para el cultivo de bejuco, ni para la ceiba roja. No hay un punto de venta donde se encuentren las diferentes artesanías, aunque la alcaldía ha propuesto un mercado artesanal a la salida de Galapa pero nunca lo ha ejecutado. Actualmente necesitan renovar la certificación de Hecho a Mano.



Luruaco, San Juan De Tocagua

San Juan de Tocagua es un pequeño corregimiento muy pintoresco y con un grupo de mujeres muy valiosas que durante todos los talleres fueron constantes y muy participativas. Sus raíces afro descendientes, el uso de la enea como materia prima y la necesidad de generar ingresos permitieron que se desarrollaran varias actividades con las artesanas. Precisamente, son 25 mujeres artesanas agrupadas en la Asociación de Artesanas de San Juan de Tocagua – ASOARTESANT que aunque esta formalizada carece de un líder visible que las motive, así como de una hoja de ruta que enfoque la organización.

Durante los diferentes talleres en especial durante el taller de Plan de Negocio se logró unir varios conceptos y definir una propuesta de valor que condensará quiénes son y la razón que las une: “*Somos la fibra que ilumina tu hogar*”, y en esta expresión se muestra el propósito organizacional de unir utilizando como palabra “somos”, en torno a la enea que es la “fibra” y satisfacer un mercado tan demandado y competitivo como es el mobiliario para el hogar. Si bien siempre han usado la enea como fibra natural no es sino hasta el 2016 que inician capacitaciones con el maestro artesano Aníbal González y elaboran los puff de enea en 35*35 cm.

Tabla.6 Resultados del plan de acción construido con las artesanas de El Progreso Las Sanjuaneras empresa de la Sra. Yenis González.

Propósitos	Apunta a...	Impacto	Riesgos de no implementación
Aquí estamos para que nos conozcan y vender más,	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de Gestión; Crear una fan page en Facebook y conectar sus contenidos e historia de vida con las publicaciones que han hecho otros medios especializados como la revista Axxis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visión compartida del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca confianza.
Construimos un estilo propio, nuestra propia identidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Propósito Organizacional: • Iniciar el trámite de Registro de la Marca para asegurar la venta de los productos diseñar un logo que las identifique e inspire. • Cada asociada debe generar una historia de su vida y cómo quiere crecer en la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de marca. • Fidelización de Talento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visiones internas de equipo. • Procesos poco sostenibles.
Trabajamos con dinamismo	<ul style="list-style-type: none"> • Ser apasionados: diseñar campaña mi propósito del mes donde cada asociada pueda tener un rol y existan reconocimientos. • Crear un proyecto para buscar financiamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos ágiles y orientados a soluciones. Buscar herramientas de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación hacia el problema y no a la solución.
Evolucionamos no somos estáticas	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento y promoción de la marca: hacer alianzas con tiendas exclusivas de diseño en el país. Rastreo de ferias, Crear un cuenta bancaria. • Calidad: Certificarse en Hecho a Mano, Recibir más asesoría en técnica de hilado y trenzado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Atracción de nuevos clientes. • Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco compromiso.

Pero es muy importante seguir aprendiendo de la técnica del hilado, trenzado y truncado de la enea. Por otro lado, diez (10) de las artesanas que asistían a todos los talleres se organizaron en una empresa artesanal que lleva por nombre Artesanías El Progreso Las Sanjuaneras y que poco a poco han logrado vender y fidelizar algunos clientes, por ende se realizó un Plan de Acción y el desarrollo del Plan de Negocio para determinar actividades claves que permitan dinamizar su empresa. En general, se puede apreciar un corregimiento que tiene una identidad propia, rodeado de un paisaje lindo, cuyas artesanas deben seguir aprendiendo en la técnica para dar calidad en cada producto y que lograron aprender a calcular sus costos, así como generar una



ventaja competitiva a su artesanía por medio del diseño de la marca *Artesanías el Progreso Las Sanjuaneras*.

Económicamente, San Juan de Tocagua no presenta un comercio, ni se generan oportunidades laborales dentro de la comunidad y esta es una gran forma de potencializar y beneficiar a más artesanas. Así mismo no tienen equipos y las herramientas necesarias como una máquina industrial, una vitrina, así como pinzas de todos los modelos y tamaños. Una de las grandes debilidades es no contar con un canal de distribución que les permita bajas costos en la logística, así como garantizar la entrega en buen estado de los productos. Se trabajó puntualmente la necesidad de contactar y desarrollar una propuesta a aliados estratégicos como Envía, Servientrega, Libertad Word Express, 472, empresas que tienen presencia regional y nacional para minimizar los costos y se fijen unos días precisos para que sean varios pedidos al tiempo y así los pedidos lleguen en excelente estado.

Ponedera

A pesar de la convocatoria exhaustiva asistan pocos artesanos y es que existe en Ponedera una falta de motivación que los haga crecer tanto personalmente como laboralmente. Muchos están cansados de solo recibir talleres sino que también quieren ayuda económica. En el último taller de Plan de Negocio se evidenciaron dificultades en la Casa del Sr. Eber Cano con el torno que presenta comején y es urgente la compra de uno nuevo. Tampoco existe una estructura mínima de buenas prácticas manufactureras y de salud ocupacional que permitan desarrollar productos con sanidad y donde el artesano para su bienestar físico y mental.



Foto 1. Taller Plan de Negocio en Ponedera.

A pesar de la convocatoria exhaustiva asistan pocos artesanos y es que existe en Ponedera una falta de motivación que los haga crecer tanto personalmente como laboralmente. Muchos están cansados de solo recibir talleres sino que también quieren ayuda económica. En el último taller de Plan de Negocio se evidenciaron dificultades en la Casa del Sr. Eber Cano con el torno que presenta comején y es urgente la compra de uno nuevo. Tampoco existe una estructura mínima de buenas prácticas manufactureras y de salud ocupacional que permitan desarrollar productos con sanidad y donde el artesano para su bienestar físico y mental.

Los talleres realizados despertaron algunas inquietudes relacionadas con tener una ventaja comparativa. En un mercado competitivo, la propuesta valor es fundamental si se quiere innovar y crear sostenibilidad, por lo cual se precisó que una buena alianza o acercamiento



podría ser vender la vajilla de cuatro 4 puestos incorporando los individuales como un accesorio adicional y así asociarse con otros artesanos de la misma comunidad que realizan tejeduría.

A nivel de tendencias y nuevas formas de crear diseños es importante establecer alianzas con entidades como Vive Digital donde los artesanos puedan acceder a plataformas e investigar su producto y acabados, así como innovaciones recientes en el oficio y capacitarse en nuevas técnicas como pintura para tener una cerámica con colores y nuevas propuestas que reflejen la naturaleza de Ponedera, así como el sol, brisa, árboles y la fauna que tienen.

Construcción del modelo de negocio utilizando la metodología Canvas con la artesana Marleny González y producción terminada de cazuelas de cerámica negra. Foto de Liz Fetivá (Ponedera, Atlántico. 2017) Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

Puerto Colombia

Existe al igual que en Barranquilla, Soledad y Suan una atomización de emprendimientos artesanales donde predominan las artes manuales o manualidades pero sin un origen ancestral o una identidad propia. Aunque hay una feria que se realiza todos los domingos la calidad de las artesanías y la propuesta que dan los artesanos no está enfocada con lo que busca la gente, hay una desconexión entre lo que se ofrece, las tendencias, la competencia y lo que busca o quiere ese cliente final. Por lo tanto se mostró el mapa de la empatía y su uso en la generación de ideas para los productos. A diferencia de los otros municipios nombrados, Puerto Colombia presenta una propuesta de asociación mediante la Fundación Paz al Mar que busca agrupar a 60 artesanos y visibilizarlos por medio del turismo y el fomento de las industrias creativas. Precisamente con esta fundación se realizó un plan de acción a partir de la construcción de unos propósitos organizacionales que apuntan a: Velocidad de Gestión, determinar que somos, cuál es la propuesta de valor como fundación, hacia que segmento de mercado queremos ir y capturar, con qué recursos contamos y cómo lo vamos a hacer. Cooperación: buscar y rastrear convocatorias con el fin de aplicar y lograr capacitación en oficios estratégicos como la madera marina, así como buscar financiamiento para crear un punto de venta propio con un estilo y vitrinas que activen la compra.

Soledad

Soledad al igual que Barranquilla y Suan presentan diferentes oficios y manualidades que si bien no se catalogan como artesanías, si generan trabajo y ventas. Por lo cual los talleres se enfocaron en dinamizar las microempresas que se dedican a bisutería, lencería, calzado en caña flecha y tela, tallado en madera y totumo, lo más importante era tratar que los gerentes construyeran una estrategia empresarial con una visión, misión, objetivos claros, valores y especialmente que ventaja competitiva ofrecían o necesitan ofrecer para capturar a sus clientes. Algunas de estos emprendimientos están vinculados a dos asociaciones ASALECC-Asociación sin Ánimo de Lucro de Emprendedores del Caribe Colombiano y ASOARTESOL -Asociación de Arte y Artesanos de Soledad, la primera cuenta con 72 asociados y la segunda con 19 emprendimientos.

Como panorama general se trabajó en ambas asociaciones una hoja de ruta para ser dinamizadores y trabajar con objetivos comunes que promuevan el trabajo en equipo. Por ejemplo con la Sra. Patricia Ibáñez quien lidera ASALECC, se desarrolló un trabajo que permita medir el impacto del uso de las redes sociales como Facebook, donde ellos cuentan con una fan



page, todo esto con el fin de medir la estrategia y las acciones específicas que debemos realizar, como número de fans, nivel de interacción, clics en la llamada, índice de respuesta en Facebook Messenger, compras realizadas por medio de la red. También se entregó dentro de los propósitos del plan de acción unos indicadores de gestión financieros y por ejecución de proyectos.

Suan

Durante el Taller de Asociatividad, Formación y Bancarización asistieron mujeres adultas cabezas de hogar y de origen campesino las cuales dedican cuatro horas al día aproximadamente a sus emprendimientos individuales y otros colectivos como *Triniarte Suan*, que son siete mujeres que laboran con madera country fusionada con estropajo y palma de iraca para la decoración del hogar y *Por ti Suan* que son seis mujeres que se dedican a hacer monederos, mochilas y vestuario tejido. Durante los talleres de empresa artesana y Plan de Negocio se desarrolló la metodología Canvas que permitió identificar las actividades claves, segmento de cliente, relación con los clientes y en especial capacitación en la técnica de la iraca y el totumo que son dos de los insumos naturales que utilizan pero muy empíricamente y sin formación en el uso de herramientas lo que dificulta sacar productos de buena calidad. Una de las oportunidades con las que cuentan es un Centro de Desarrollo Integral (CID) donde pueden capacitarse y reunirse cómodamente. Así mismo existe la posibilidad de que puedan vender sus productos en Kioskos que serían ubicados por parte de la Alcaldía de Suan al lado a la sede de la Universidad del Atlántico, que se encuentra en toda la carretera por donde transitan muchos vehículos al día y tendrían visibilidad. Dentro de las amenazas sobresale el hecho de que todas son mujeres adultas y no involucran a sus hijos o comunidad familiar en el oficio que hacen por lo cual las habilidades y conocimientos que tienen no se están retroalimentando.

Tubará

Tubará cuenta con una asociación denominada ASOARTES que agrupa a 25 artesanos pero de los cuales solo 13 son activos, cuenta con un grupo mayoritario de comunidad indígena proveniente de la etnia Mokaná, compuesta por cuatro (4) hombres y nueve (9) mujeres. Con más de once (11) años de constituida, la misión de ASOARTES es la producción y comercialización de productos artesanales en totumo, tejido y madera resaltando la identidad Mokaná.

Como fortalezas se puede apreciar que hay unidad en la asociación y que pueden trabajar en equipo. Precisamente por tener una organización con un equipo unido se propusieron dos convocatorias con estímulos económicos, cooperación financiera no reembolsable, para postularse las cuales fueron: Banca de Iniciativas de Participación Ciudadana para el Fortalecimiento de la Democracia Participativa-BIP que apoya a organizaciones sociales y la temática a participar era Fortalecimiento de escenarios para la proyección y desarrollo de habilidades en torno a la construcción de tejido social y asociativo. Sin embargo les dio conjuntivitis a casi todos los miembros de la asociación y no lograron postularse. La otra convocatoria fue Fondo para la Innovación América Latina y el Caribe dirigida a organizaciones de la sociedad civil en la temática de ambiente habilitante pero no lograron reunirse para proponer algo que permitiera la participación ni el diligenciamiento del formato que era de dos páginas.



En consecuencia se recomendó crear un comité que rastreara convocatorias para organizaciones asociativas y otro comité digital para iniciar una relación digital con la gente y lograr tener un impacto mayor. De hecho a económicamente la asociación no vende y se necesita urgentemente generar un modelo de negocio con un producto diferenciador que cautivó un segmento de mercado con potencial de compra. Es así como el plan de acción y el plan de negocio buscó aunar esfuerzos para vender más y posicionar la asociación.

Usiacurí

En la actualidad encontramos diversos emprendimientos en torno a la tejeduría en palma de iraca que se necesitan consolidar como empresa para que crezcan y se desarrollen aún más. Existe una coyuntura hacia lo natural y la compra de accesorios usando fibras naturales por lo cual todo este año 2017 Usiacurí ha sido el centro de atención. Independientemente de eso las organizaciones asociativas como COOTEUS y COODEARTUS no lograron que sus asociados vendieran a través de ellas, y por tener una escasa visión estratégica del negocio sus asociados se han retirado e iniciado sus propios emprendimientos. Este es el caso de artesanas como Edilsa Baldomino y Sandra Muñoz que han salido adelante y están dando trabajo indirecto a más de 30 artesanas cada una durante los talleres de la empresa artesana y plan de negocio se construyeron políticas de precios donde cada una aprendió a calcular sus costos y fijar una política de precios de sus artesanías.

Con el emprendimiento de la Sra. Edilsa Baldomino se logró desarrollar un plan de acción y un plan de negocio enfocado en la identificación de su ventaja competitiva como maestra artesana.

Así mismo a nivel socio cultural se necesita una revisión a largo plazo de estrategias para diversificar el uso de materia prima que actualmente recae sobre la iraca. Culturalmente es el municipio que más atrae turistas lo que representa un flujo de público en la población permitiendo dinamizar la economía.

Tabla 7. Resultados del plan de acción construido con las artesanas de El Progreso Las Sanjuaneras empresa de la Sra. Edilsa Baldomino

Propósitos	Apunta a...	Impacto	Riesgos de no implementación
Organizamos la empresa estratégicamente	<ul style="list-style-type: none"> Velocidad de Gestión: determino que somos, que queremos ser, cómo lo vamos a hacer, qué hacer, a dónde llegar. Inicio una estandarización de los procesos dentro de mi organización. 	<ul style="list-style-type: none"> Visión compartida del negocio Fidelización de Talento. 	<ul style="list-style-type: none"> Poco compromiso.
Construimos un estilo propio, nuestra propia identidad.	<ul style="list-style-type: none"> Propósito Organizacional: Diseñar una marca propia que los identifique como familia. Iniciar el trámite de Registro de la Marca para asegurar la venta de los productos diseñar un logo que identifique e inspire. 	<ul style="list-style-type: none"> Construcción de marca. 	<ul style="list-style-type: none"> Visiones internas de equipo.
Trabajar juntos da resultados	<ul style="list-style-type: none"> Cooperación: iniciar diseño del taller , buscar artesanos que han organizado ya su taller para conocer buenas practicas. Buscar constructores que puedan ayudar por medio de una fundación. Crear un proyecto para buscar financiamiento y lograr el piso y techo del taller, así como organizar los espacios. 	<ul style="list-style-type: none"> Procesos ágiles y orientados a soluciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Orientación hacia el problema y no a la solución.
Canalizamos las ventas	<ul style="list-style-type: none"> Comunicamos: desarrollar un plan de marketing para los primeros tres meses del año. 	<ul style="list-style-type: none"> Construcción de mi reputación de marca. 	<ul style="list-style-type: none"> Orientación hacia el problema y no a la solución.





6.6. Planes de Negocio

Todo emprendimiento necesita consolidarse e iniciar una hoja de ruta para no estar apagando incendios diariamente sino para enfocar y clarificar las metas y trabajar en base a una estrategia. En consecuencia se realizaron asistencias técnicas en todos los municipios durante los talleres del Plan de Negocio, y se continuaron con las asesorías puntuales en el modelo de negocio y el plan de negocios artesanal en los municipios de Luruaco, Tubará y Usiacurí.

El plan de negocio sirve para facilitar la delegación de tareas, manejar el flujo de efectivo y lograr inversión o financiamiento en el emprendimiento. Si bien en cada municipio durante el taller de plan de negocio se entregaron las herramientas para el desarrollo individual de cada emprendimiento y su plan de negocio, en esta oportunidad se trabajó con tres emprendimientos, uno asociativo *Asociación de Artesanos de Tubará- Asoartes*, el emprendimiento en San Juan de Tocagua en Luruaco liderado por la Sra. Yenis González denominado “*Artesanías el Progreso las Sanjuaneras*” y la empresa artesana de la Sra. Edilsa Baldomino denominado *Constru-arte* en Usiacurí. A continuación se detalla el trabajo realizado:

Artesanías El Progreso Las Sanjuaneras, San Juan de Tocagua, Luruaco: la empresa artesana es liderada por la Sra. Yenis González y son un total de 10 artesanas afrodescendientes que han trabajado con la enea y el bejuco elaborando esteras y esteritas y a partir del año 2016 iniciaron capacitaciones para elaborar Pufs.

El plan de negocio busca visibilizar la identidad e idiosincrasia del corregimiento de Tocagua pueda ser fácilmente reconocido en sus artesanías para eso deben trabajar mucho más en el trenzado de la fibra de enea al igual que en los acabados finales para lograr productos de óptima calidad. Para la construcción del plan de negocio se realizaron reuniones el 11, 24 y 29 de noviembre y el objetivo primordial es la generación de ingresos dada las bajas ventas que tienen durante el año.

Así mismo se logró diseñar en conjunto con las artesanas de El Progreso Las Sanjuaneras un logo que identificara su trabajo con la fibra de enea. Se enfatizó en continuar con la propuesta de mobiliario para hogar y como propuesta de valor se resumió la siguiente *¡Transformamos la fibra para dar vida a tu hogar! Somos la esencia que te transporta una y otra vez al campo, con el aroma a tusa cocida, a campo, a sol, a tierra.*”

A continuación se muestran apartes del plan de negocio entregado que abarca cuatro módulos de acción, descripción del negocio, análisis del mercado, estudio técnico y estudio económico.



Plan de Negocio

INICIO

Nombre Artesano	Yenis Gonzalez	Ciudad	San Juan de Tocagua
Dirección	Calle 3 No. 2-19	E-mail	yenise2011@hotmail.com
Tel/Celular	3155379161		
Nombre de la Idea de Negocio	Generar ingresos necesarios para la sostenibilidad de la empresa		
Producto que se va a producir	Puffs, cestos, individuales (línea hogar)		
Razón Social	Yenis Gonzalez NIT 22.728.388-8		
Nombre Comercial	Artesanías El Progreso Las Sanjuaneras		

PROPUESTA DE VALOR

Imprimimos la naturaleza en tu hogar, buscamos una armonía entre lo vanguardista y lo ancestral, entre nuestro mundo artesanal y el mundo urbano.

Transformamos la fibra para dar vida a tu hogar! Somos la esencia que te transporta una y otra vez al campo, con el aroma a tusa cocida, a campo, a sol, a tierra!



1. PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO

Visión del Negocio (Nuestro Sueño):

Somos diez artesanas que proponemos un trabajo de calidad a partir de fibras naturales como palma de coco, enea, junco e hilo los cuales transformamos con nuestras manos en piezas únicas para el hogar. Nuestro sueño es generar bienestar y calidad de vida a nuestros hijos y a nuestra comunidad.

Misión del negocio (Nuestro manifiesto):

Contribuir con la comunidad generando sustentabilidad optimizando sus recursos, potencializando capacidades y ofreciendo un forma de negocio solidario.

Objetivos del Negocio:

1. Iniciar un posicionamiento en el mercado
- 1.1 Estrategia de venta para el Puff de 35*35 en enea
2. Crear estilo propio, crear una identidad propia del negocio, proteger nuestra marca.



Detallar las especificaciones técnicas	Incluir imagen del Producto descrito
Puffs de 30 x30 cm - 35 x35 cm - 40 x 40cm - 45 x 45 cm - 50 x 50 cm y puffs doble 70x35 cm elaborada con enea (planta que nace en cualquier punto del agua). Requiere una estructura de madera rellena con esponja y tela. 100% elaborado a mano	

Figura 11. Plan de negocio

Como estrategia de venta para el Puff de enea de 35*35 cm que ha sido ovacionado por revistas especializadas en diseño interior como Axxis, se identificaron unos atributos como:

Comunicación: antes de iniciar una venta se deben perfilar los candidatos a convertirse en clientes.

Compromiso; establecer metas mensuales, definir días de pedidos y días de entrega. Presupuestar un stock de productos con revisión del Profesor Aníbal González.

Impacto Social: relacionar los objetivos personales que cada artesana socia tiene y la forma de cumplirlos al trabajar en equipo.

Evolución y dinamismo: crear una marca que genere recordación de los productos, desarrollar una ruta turística donde al final se pueda conectar la cultura y el saber hacer de los productos. Si bien es algo que puede tomar tiempo, el impacto será mayor si se une el



turismo experiencial con el día a día de una artesana Sanjuanera y la recordación también lo será.

Asociación de Artesanos de Tubará- Asoartes: son 22 artesanos los que pertenecen a la asociación pero solo 12 son activos y tiene un compromiso con la organización que va acompañado del trabajo en equipo. Las reuniones se realizaron el 16 y 27 de noviembre y la idea de negocio desarrollada fue en la creación de nuevos productos que permitan aumentar sus ventas. Actualmente Asoartes no vende como asociación sino sus asociados de manera independiente por lo cual el principal objetivo es el diseño de productos funcionales para el hogar.

Plan de Negocio

	Nombre Asociación: Asociación de Artesanos de Tubará Dirección: Calle 6 No. 4-44 Tel/Celular: 3045556385 – 3104343449	Ciudad: Tubará - Atlántico E-mail: asoartes15@yahoo.es
--	--	---

Nombre de la Idea de Negocio: Apuntar a otro nicho de mercado como es la línea hogar
Producto que se va a producir: Lámparas, Floreros, Jarrones, Bandejas, Contenedores de cocina (línea hogar)
Razón Social: Asociación de Artesanos de Tubará NIT 900.183.294-8
Nombre Comercial: ASDARTES

PROPUUESTA DE VALOR

Nos unimos de naturaleza para darle vida a tu hogar, nuestra esencia viene del mar, de la frescura de nuestros cerros. **Cada pieza que elaboramos refleja nuestra etnia Mokaná, y el paisaje que nos rodea.**

1. PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO

Visión del Negocio:

Nos unimos para crear una propuesta que revalorice la técnica ancestral de la Etnia Mokaná, y soñamos con ser un referente en tendencias para la elaboración de productos a partir del totumo. Queremos unir arte, diseño y técnica, para traer la naturaleza a nuestro hogar

Misión del negocio:

Somos artesanos emprendedores con habilidades en la transformación del totumo. Queremos generar valor, más allá de vender una pieza artesanal buscamos resaltar nuestras raíces y etnia mokaná, juntos queremos oportunidades de capacitación, desarrollar proyectos que nos permitan financiamiento y participación en ferias, buscamos posicionar nuestra marca en nuestros productos.

Objetivos del Negocio:

1. Dueño de Nuevos Productos
- 1.1 Contenedores, lámparas, bandejas, jarrones, floreros.
2. Crear estilo propio, crear una identidad propia del negocio, iniciar el registro de la marca.
3. Crear un equipo de comercialización, activar el flujo de caja
4. Conectar el turismo con las artesanías.

3. ESTUDIO TECNICO DE LA PRODUCCION

Detallar las especificaciones técnicas:	Incluir imagen del Producto descrito:
Lámpara de 30 cm de alto por 16 cm elaborada a mano usando como materia prima el totumo que se extrae de los árboles y luego pasa por un proceso de preparación, de pulimento tallado y quemado.	

Figura 12. Plan de negocio

El producto seleccionado para hacer el plan de negocio fue la lámpara en totumo elaborada durante los talleres con el maestro artesano Juan Uran.

La tendencia en iluminación es un fuerte regreso de la estética de los años 50 y 60 y también del modernismo Art Decó. Se trata de un estilo más romántico y vintage, razón por la cual, quizá, los materiales nobles serán protagonistas esta temporada. Se persigue es la funcionalidad, es decir, diseñar lámparas con los materiales y formas necesarios para que



cada modelo pueda aportar una funcionalidad real. Por lo cual se busca lanzar una línea de hogar y como producto funcional y vanguardista se lanzará las lámparas de Asoartes.

Constru- Arte: es el emprendimiento de la Sra. Edilsa estuvo por 17 años como asociada en la Cooperativa de Tejedoras de Usiacurúa- COOTEUS pero al no encontrar el suficiente apoyo decidió salir e iniciar su propio emprendimiento. En el año 2005 se certificó con el sello de calidad de Hecho a Mano distinción que la motivó aún más a iniciar su empresa artesana. Actualmente como cualidades o atributos a destacar se denotan sus habilidades en la tejeduría y puntadas para las siguientes líneas de negocio:

- Línea Hogar: individuales, bandejas, centros de mesa, portaplatos, portavasos, caminos, portapapel, papeleras.
- Línea Decoración: jarrones, flores, espejos, portarretratos
- Línea Accesorios: bolsos, collares, pulseras, aretes, moñas, ganchos.

Hace tres años inicio el proyecto que tiene 15 integrantes activas, pero realmente el impacto en la comunidad es más grande porque indirectamente se benefician 30 mujeres. La Sra. Edilsa dirige toda la producción y para los acabados de cada producto divide el grupo de acuerdo a la experticia de cada artesana. El manejo de la comercialización y la asistencia a las ferias lo dirige también ella pero ha querido involucrar a su hija para que el próximo año lo asuma ella, Sra. Keilys Angulo Baldomino.

Dentro de las debilidades se encuentran la falta de un espacio adecuado como taller de producción donde se pueda estandarizar todo el proceso porque actualmente cada artesana elabora su parte en sus respectivas casas.

Entre las alianzas realizadas se destaca el proyecto Alianza Estratégica de la Gobernación del Atlántico se está iniciando toda la transformación digital específicamente del marketing, avanzando en la toma de foto de los productos, crear una fan page, uso de redes como instagram y más adelante lograr vender por mercado libre. La amenaza es el proceso de rpiado que hacen los cortadores de palma de iraca dado que desconocen el procedimiento para desprender la palma por lo cual se pierde mucha fibra natural. Otra amenaza es que no se han identificado otras fuentes para elaborar los productos diferentes a la iraca. Como canal de distribución se usa Servientrega llegando hasta el punto de producción que es su casa, a recoger el envío, por lo cual el costo de envío lo asume mitad el comprador y mitad el vendedor. Las ciudades de donde más se reciben pedidos son Bogotá, Bucaramanga, Cartagena, Cali, Medellín.

Figura 14. Plan de negocio



Plan de Negocio

INICIO



CONSTRU-ARTE

Nombre Artesano Edilsa Baldomino
Dirección Calle 8A 15-70
Tel/Celular 3005159791
Ciudad Usiacurí
E-mail edilsabaldomino@hotmail.com
Nombre de la Idea de Negocio Desarrollar un espacio adecuado para el trabajo del equipo de trabajo
Producto que se va a producir Bolsos, tocado, aretes, anillos, individuales, centros de mesa, caminos de mesa, paneras fruteros
Razón Social Edilsa Baldomino NIT. 22.744.216-7
Nombre Comercial CONSTRU-ARTE

PROPUESTA DE VALOR

Nos inspiramos en la frescura de nuestra naturaleza usiacureña, en cada producto dejamos pasión y emociones. Dejamos un recorrido y una historia.

Construimos un arte en cada pieza. Constru-Arte son los hilos de la iraca que nos conectan y posee una historia, es un viaje para con el que uno viste se viste y trae sol, brisa, vida a tu hogar.



1. PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO

Visión del Negocio:

Consolidar el emprendimiento creado hacia un modelo de empresa sostenible generando un estabilidad laboral y calidad de vida a sus integrantes.

Misión del negocio:

Somos una empresa artesanal que en su ADN lleva la innovación y el diseño en cada pieza elaborada con iraca. Nuestra tradición nos permite llevar un recorrido de experiencias que se transforman en saberes y conocimiento.

Objetivos del Negocio:

1. Consolidar la empresa a nivel organizacional
 - 1.1 Desarrollar contenidos que permitan contar las experiencias
2. Construcción del Taller que agrupe al equipo de trabajo en un solo lugar.



7. Componente Diseño y producción

7.1. Presentación

El proyecto “Fortalecimiento de la actividad artesanal en el Atlántico Fase 3” permite la continuidad de la descentralización de la oferta de servicios y el desarrollo de capacidades locales y regionales que promueven el desarrollo de la actividad artesanal en los municipios de Barranquilla, Galapa, Ponedera, Usiacurí, Luruaco, Puerto Colombia, Tubará, Soledad y Suana.

Para esto es necesario contar con un grupo de especialistas que permitan el desarrollo del proyecto a través de sus habilidades creativas para la intervención oportuna en el diseño y rescate de productos artesanales. Propiciando un espacio de co-diseño en donde el artesano se sienta cómodo, comprometido y satisfecho con los resultados del acompañamiento. Creando sinergia entre el producto artesanal, el usuario y el entorno, dando como resultado la satisfacción del mercado, local, regional, nacional e internacional y, de forma consecuente, mejorar la calidad de vida de cada artesano.

Este proyecto continuará con la estructura modular y desarrollará actividades en los componentes de: desarrollo humano, desarrollo empresarial, acceso y aprovechamiento sostenible de materias primas, mejoramiento y organización de la producción, calidad, transferencia tecnológica, desarrollo de líneas de producto, desarrollo gráfico, desarrollo de empaques, comercialización local y regional, propiedad intelectual, sello de calidad hecho a mano y actividades de registro visual y audio, que permitan la sistematización de experiencias para la gestión del conocimiento.

Los empaques hacen parte fundamental del proceso de comercialización, y transporte. Por este motivo dentro de los talleres impartidos a las comunidades artesanales se brindan talleres específicos con esta temática. Se tratan temas como que es un empaque, tipos de empaques, importancia de empaques, uso de empaques, embalaje etc. Los artesanos aprendieron las diferencias y su importancia. Utilizando el proceso productivo de ellos se les explico puntualmente como deberían empacar dependiendo del producto a enviar.

Todos los temas tratados fueron explicados para mejor comprensión por parte de los artesanos, buscando mejorar las condiciones y proceso utilizados actualmente por ellos para realizar los diseños de sus artesanías.

7.2. Objetivo General

Asesoría en diseño y producción para la oferta de producto artesanal en el marco del proyecto “Fortalecimiento de la competitividad y el desarrollo de la actividad artesanal en el departamento del Atlántico” fase 3.



7.3. Objetivos específicos

1. Asesorar en diseño y producción a los artesanos en los oficios de trabajos en madera, cestería y tejeduría, trabajos en totumos, modelado en papel, alfarería e instrumentos musicales en los municipios de Barranquilla, Soledad, Galapa, Suan, Puerto Colombia, Luruaco, Ponedera, Usiacurí y Tubará según los lineamientos establecidos por Artesanías de Colombia.
2. Implementar la metodología de co-diseño, en los oficios de trabajos en madera, cestería y tejeduría, trabajos en totumos, modelado en papel, alfarería e instrumentos musicales en los municipios de Barranquilla, Soledad, Galapa, Suan, Puerto Colombia, Luruaco, Ponedera, Usiacurí y Tubará según los lineamientos establecidos por Artesanías de Colombia.
3. Realizar los talleres de asistencia técnica de producción y de diseño para cualificar los procesos de las cadenas de oficios y su vinculación al proyecto, según planes de mejoramiento y según matriz de diseño 2017 entregada por artesanías de Colombia.
4. Diseñar las líneas de producto para cada municipio asignado acorde al plan operativo de cada uno de los proyectos.
5. Obtener aprobación de al menos una línea de producto en el comité nacional de diseño.
6. Realizar y actualizó la caracterización de los oficios del proyecto en conjunto con los maestros artesanos.
7. Actualizar los diagnósticos de los municipios de su intervención.
8. Realizar asistencia técnica en las unidades productivas artesanales para la transferencia tecnológica, creando los manuales de uso, para mantenimiento de herramientas y maquinaria, manejo de materias primas, insumos, residuos y organización del taller.
9. Realizar fichas técnicas de las propuestas aprobadas por el diseñador líder regional.
10. Realizar e implementar plan de producción para la elaboración de producción piloto de las propuestas de diseño aprobadas.
11. Realizar registro fotográfico e inventarió la producción final para eventos feriales.
12. Apoyar la obtención, empaque, y envío de la producción para la feria Expoartesánías 2017.



7.4. Acceso sostenible de materias primas

Identificación de la cadena de proveeduría de materias primas y su ajuste con la normatividad vigente.

Se identificaron los actores de la cadena de proveeduría de materias primas de los oficios de tejeduría en Iraca, tejeduría en enea, tejeduría en bejuco, trabajo en totumo, trabajo en madera, alfarería, instrumentos musicales y cestería en fique con el fin de determinar la trazabilidad del acceso a estas y mejorar la competitividad de los productos, garantizar la sostenibilidad del recurso y la permanencia de los oficios artesanales del departamento.

Se pudo identificar problemas en la obtención de algunos recursos como en el caso de la palma de iraca (Usiacurí) ya que el suministro depende de un proveedor ajeno a la comunidad. Además las condiciones climáticas han afectado la calidad de la fibra, evidenciándose en los colores obtenidos al momento de teñir. La demanda de los productos en iraca también ha contribuido a que las artesanas compren en mayor cantidad y los centros de acopio se desabastezcan.

La enea es una planta acuática presente en las lagunas y cuerpos de agua. En la comunidad de Luruaco más específicamente en el corregimiento de San Juan de Tocagua hay personas encargadas de ir a estos lugares para cortarla y venderla a los artesanos del municipio. Cada uno de ellos se encarga del secado e inmunizado para luego transformarla en el diferente tejido aplicados a los productos.

En el caso del totumo que la recolección se hace en terrenos cercanos a la comunidad, los artesanos no identifican con claridad el momento de cosecha del fruto, ni lo inmunizan adecuadamente para evitar moho y hongos después de elaborado el objeto. La calidad de los productos depende del estado en que se encuentre el totumo. Si es cosechado muy maduro ya ha entrado en proceso de descomposición por lo tanto no es un material apto para trabajar. El fruto debe ser cosechado cuando su apariencia en verde con una tonalidad un poco amarillosa. Así se obtienen superficies claras y sin manchas, que son mucho más limpias para labrar, calar o quemar con mayor calidad.

Para la elaboración de productos en madera se utilizan diferentes tipos, dependiendo de los objetos y el trabajo que se vaya a realizar. Para los instrumentos de percusión como tambores, tamboras y llamadores los artesanos tallan los vasos con madera Barco que obtienen de terrenos y fincas cercanas. Esta misma situación se presenta con la ceiba roja, que los artesanos del municipio de Galapa compran sin ninguna certificación en fincas aledañas, lo que ha causado que la especie se vea afectada y en peligro de extinción. Otra forma de adquisición de madera es la compra directa en aserraderos certificado y no certificados en la calle 30 de la ciudad de Barranquilla. Los que más compran en estos lugares son artesanos que tienen gran demanda y a los cuales les exigen certificación.

Para la elaboración de productos en arcilla los artesanos del municipio de Ponedera, la compran directamente a un proveedor que la obtiene de las orillas del río Magdalena. Este barro debe ser colado para quitar impurezas como piedras y restos de plantas. Debe hacerse una mezcla de dos



tipos de barro para obtener piezas de mejor calidad al momento del quemado y que sean más resistentes.

El papel utilizado en Galapa para productos moldeados, es obtenido por los artesanos en panaderías. Siendo estos los desechos de las bolsas donde viene empacada la harina. El engrudo utilizado para pegar las capas de papel es preparado con Almidón de yuca y agua. El almidón lo compran en Sabanalarga a los productores de bollo.

7.5. Proceso productivo

7.5.1. Mejoramiento de procesos productivos y técnicas artesanales

Se elaboraron los documentos referenciales de los oficios de tejeduría y cestería, alfarería, trabajo en totumo, trabajo en madera, moldeado en papel, e instrumentos musicales, identificando y jerarquizando los pasos del proceso productivo.

Se definió en cada uno de los oficios las técnicas aplicadas, el producto más representativo, la maquinaria, herramientas y equipos utilizados.

7.5.2. Caracterización de la cadena de valor en el sistema productivo

Se realizaron las caracterizaciones de los oficios de Tejeduría en palma de iraca (Usiacurí), Tejeduría en enea (Luruaco), Tejeduría en bejuco (Galapa), Trabajo en totumo (Tubará), Instrumentos musicales (Tubará), Alfarería (Ponedera) Cestería (Suan), Trabajo en madera (Barranquilla, Soledad, Puerto Colombia, Soledad, Galapa y Suan) desde la obtención de la materia prima hasta su transformación en producto final.

No. de Caracterizaciones: 9

7.5.3. Mejoramiento de procesos y técnicas

El proyecto contempló la entrega de maquinaria y herramientas para el mejoramiento de la calidad de los productos en canto a su elaboración en los diferentes oficios en los municipios seleccionados. Con esto se busca que los artesanos puedan aumentar su competitividad y fortalecer sus talleres para lograr mantenerse actualizados en cuanto a adecuaciones técnicas.

Se programaron talleres de transferencia técnica para el mejoramiento de técnicas de:

a. Trabajo en totumo en Suan, para 15 beneficiarios, impartido por el artesano Alex Castro. Se trabajaron temas de obtención y selección de la materia prima, Preparación, corte, despulpe y elaboración de productos artesanales.

b. Moldeado en papel en Galapa, para 15 beneficiarios, impartido por Luis Llanos. Los participantes aprendieron a elaborar máscaras moldeadas en papel, desde la elaboración de moldes hasta su acabado final.



c. Moldeado en papel en Soledad y Barranquilla, para 25 beneficiarios, impartido por Eduyn Asís. Los participantes aprendieron a elaborar máscaras moldeadas en papel, desde la elaboración de moldes hasta su acabado final.

d. Trabajo en totumo en Tubará, para 25 beneficiarios, impartido por el artesano Juan Urán. Se impartieron temas de inmunizado del totumo y técnicas de labrado, corte, quemado, pulido y texturizado de las superficies del totumo.

e. Alfarería en Ponedera, para 15 beneficiarios, impartido por el artesano Manuel Angulo. Los beneficiarios experimentaron con la fabricación de engobes y trabajaron en la mejora de la materia prima a través de colados y limpieza.

f. Tejeduría en iraca, se trabajó con 20 beneficiarios impartido por Estrella Angulo. Se trabajaron diferentes puntadas tradicionales como ojito de perdis, flor de nudillo, doble pasada, estera, caracol y rollo cosido.

g. Tejeduría en iraca, para 20 beneficiarios, impartido por Lesvia Jiménez. Se trabajaron diferentes puntadas tradicionales como ojito de perdis, flor de nudillo, doble pasada, estera, caracol y rollo cosido.

h. Tejeduría en enea, para 20 beneficiarios, impartido por Aníbal González. Perfeccionaron el entorchado y realizaron canastos en cabullita y enchape para espaldares de cama.

i. Se solicitaron los documentos para vincular al señor Victor Berrio al programa maestro artesano para realizar la asistencia técnica en acabados en madera en los municipios de Barranquilla y Soledad. No se logró la contratación debido a que Artesanías de Colombia requería que los contratados fueran artesanos y no profesionales.

j. Para los otros talleres en los municipios de Galapa y Puerto Colombia los artesanos Dionisio Vargas y Luis Pertuz no lograron cumplir con los requisitos a tiempo, por tal motivo no se hizo su contratación.

k. Manejo de tintes en la palma de iraca en el municipio de Sandoná, Nariño, para 10 beneficiarias del municipio de Usiacurí, Atlántico. Se inició la adecuación del taller de teñido en el centro artesanal del municipio de Usiacurí. Pero por problemas internos de las cooperativas que ahí se encuentran, no se ha podido organizar el funcionamiento completo de la caldera. Por tal motivo en esta fase 3, se retomó el tema y se inició la adecuación entregando todo lo que en el taller se encuentra como es: soldadora de punto, cizalla manual, dobladora, extractor y quemadores a los artesanos Hernando Zurita y Pedro Márquez, con el compromiso de ponerlo a funcionar.

El primer paso fue:



- Hacerle una limpieza a todo el lugar.
- Pintar la parte externa del taller.
- Colocarle más iluminación al lugar donde se encuentra el taller.

El segundo pasó: Poner a funcionar la caldera de teñido para el Servicio de la Comunidad. Iniciando con el proceso de tinturando en gama de los colores cálidos, empezando por el amarillo bandera.

La artesana Juanita explicó la forma de tinturar:

- Se pone a hervir el agua.
- Se le adicionan 5 limones.
- Se le adiciona el tinte.
- Se deja 45 minutos.
- Se le adiciona la fibra.
- Se deja la fibra 45 minutos.
- Se saca la fibra.
- Se enjuaga.
- Se pone a secar al sol.
- Se pone luego a la sombra.
- Se inicia el proceso de tejido.

Al ver este proceso las artesanas de Usiacurí, se percataron de las diferencias en como ellas lo hacen, y tomaron atenta nota de los pasos para aplicarlos y obtener un mejor tinturado.

7.5.4. Gestión para la producción: Producción piloto y planes de producción

Se elaboraron los productos aprobados por comité Nacional de diseño en Bogotá. Se organizaron fechas de entrega, seguimiento y supervisión para la producción final. Se enviaron en total 388 productos para Expoartesanías 2017.

Tabla 8. Inventario de productos
USIACURÍ.

Eliano Torregrosa	3 juegos de contenedores en trencita, para un total de 9 unidades
	3 juegos de contenedores telar, para un total de 9 unidades
	3 juegos de cajas contenedores caracol asterisco para un total de 9 unidades
	3 juegos de porta platos por 6, para un total de 18 unidades
Sandra Muñoz	3 juegos de contenedores en caracol, para un total de 9 unidades



	2 juegos de contenedores cilíndrico caracol para un total de 6 unidades
Lesvia Jiménez	3 juegos de cajas contenedores en puntada tradicional (flor de nudillo, para un total de 9 unidades
Edilsa Baldomino	3 juegos de individuales en rollo cocido y estera por 6, para un total de 18 unidades

GALAPA

Aníbal González	3 unidades de puf circulares en enea de 60x25x45
	3 unidades de puf circulares en enea de 45x30x45
	3 unidades de puf cuadrados en enea de 35x35x35
	3 juegos de individuales en enea x 6 para un total de 18 unidades
	3 butacos tejidos en bejuco, con estructura de hierro de 70 centímetros de alto x 32 de diámetro
Luis Pertuz	3 ensaladeras medianas talladas
	12 ensaladeras pequeñas talladas
	3 bowl cebra abierto mediano
	3 bowl cebra abierto pequeño
	2 bowl cebra cerrado grande
	3 bowl cebra cerrado mediano
	3 bowl cebra cerrado pequeño
Dionisio Vargas	48 percheros salvajes
Jesús Orellanos	5 portacalientes sencillos
	5 portacalientes dobles
Luis Llanos	12 bowls rayas b/n
	12 centros de mesa nat. b/n
	5 centros de mesa rombos grandes
	5 centros de mesa rombos medianos
	5 centros de mesa rombos pequeños
	4 contenedores líneas

BARRANQUILLA

Jesús Orellanos	5 portacalientes sencillos
	5 portacalientes dobles

PUERTO COLOMBIA

Juan Aristizabal	10 portavelas
	1 Puff Redondo
	1 Puff Cuadrado

PONEDERA



Eber Cano	14 Set de platos
	18 Platos y cuencos
	18 maniceros
SUAN	
Blasina Guerrero	3 Canastos grandes fique
	3 caminos de mesa
TUBARÁ	
Alex Castro	6 bowl totumo flor
	4 juego bowl claro oscuro x 3
	12 contenedor totumo flor
	6 bowl totumo puntos
	12 contenedor totumo puntos
	12 contenedor totumo líneas
Marcos Martínez	6 bowl totumo líneas
	3 cuencos grandes
	3 cuencos medianos
	3 cuencos pequeños
	3 contenedores grandes
3 contenedores medianos	
3 contenedores pequeños	

7.6.Sensibilización al diseño y al producto artesanal

7.6.1. Patrimonio material e inmaterial (referentes)

Se trabajó con los artesanos de los municipios de Barranquilla, Suan, Ponedera, Usiacurí, Galapa, Luruaco, Soledad, Tubará y Puerto Colombia en talleres sobre referente y tipos de referentes: geográfico, cultural y ancestral, de técnica y formal. Se les brindaron ejemplos de cada uno de ellos para que lograran identificarlos en cada una de sus comunidades. Se realizaron ejercicios con los referentes de cada municipio.

Como resultado de los talleres los artesanos asimilaron el concepto de referente y lograron identificar de una manera más simple los elementos identitarios de su cultura y aprendieron como aplicarlo en la creación de nuevos productos.

7.6.2. Innovación y Diseño

Este taller se desarrolló con el fin de impartir conceptos de diseño, procesos y diseño aplicado a la artesanía, para que los beneficiarios entendieran como crear artesanías a través de un proceso creativo que dé como resultado productos innovados tomando como referencia los productos que tradicionalmente producen en sus talleres.



A través de la innovación los artesanos logran dar mayor valor agregado al producto artesanal, mejorando la calidad de técnicas y materia prima.

7.6.3. Dinámica del mercado

Los Artesanos recibieron los conceptos de tendencias, observaron las tendencias propuestas para el 2017 - 2018 y aprendieron como aplicarlas a la elaboración de sus productos. Comprendieron la importancia de conocerlas y explorarlas para lograr productos que compitan en el mercado, tanto en técnica como en diseño. Se les mostraron paletas de colores, texturas, formas de cada uno de los conceptos de diseño propuestos y la forma cómo utilizarlos.

No. de beneficiarios atendidos en los talleres: 137

Tubara. Asistencia 16 personas (3 hombres 13 mujeres). Se lograron identificar buenas técnicas en el trabajo sobre totumo, pero las piezas que desarrollan no tiene una identidad definida. Trabajan con algunas figuras representativas de la cultura Mokaná pero no lo llevan a un nivel que resalte la técnica.

Suan. Asistencia 23 personas (3 hombres y 20 mujeres). Se logró identificar que no hay un oficio definido ni una identidad colectiva que defina al municipio. Se encontraron manualidades como pirograbado, pintura en tela, crochet, parafernalia de carnaval y oficios en madera como ebanistería y talla siendo esta última de baja calidad.

Puerto Colombia. Asistencia 17 personas (14 mujeres 3 hombres) Se encontraron diversos oficios como talla de madera, cerámica, trabajo en cuero y bisutería. El municipio no tiene una identidad colectiva definida. No están trabajando con los recursos naturales que tienen a su disposición como conchas de mar.

Soledad (atlántico). Asistencia 12 personas (3 hombres 9 mujeres). Se encontró oficio de talla de madera, crochet, totumo, pintura sobre tela, talla de madera tanto en piezas planas como en piezas tridimensionales. Las Artesanías no reflejan la riqueza cultural del municipio.

Usiacurí. Asistencia 12 personas (10 mujeres 2 hombres). Se identificó la escasez de la materia prima (palma de iraca), tanto por el factor climático como por la demanda de producto.

Barranquilla. Asistencia de 28 persona (12 hombres ,16 mujeres) entre estos dos indígenas arahuacos. Asistieron docentes y estudiantes de la EDA (escuela distrital de artes) los cuales se vincularon al proyecto.

Galapa. Asistencia 13 artesanos (9 hombres 4 mujeres). Se encontraron oficios de talla en madera, cepa de plátano, trabajo con madera o estibas, enea y bejuco.

San Juan de Tocagua Asistencia 16 artesanas (16 mujeres). Las artesanas que asistieron al taller se mostraron interesadas y motivadas con los temas tratados. Son artesanas en formación que están recibiendo todas las capacitaciones y talleres ofrecidos por el proyecto.



7.7. Diseño y desarrollo de producto

7.7.1. Decisión sobre un producto

Se Impartieron conceptos de modos de intervención: Rescate, Mejoramiento, Creación, Diversificación, y Rediseño a las comunidades atendidas por el proyecto.

Durante el taller de diseño, dictado en los municipios atendidos, se habló del concepto rediseño, y como se podría adaptar a los productos artesanales elaborados por los artesanos del departamento.

Rediseño la inclusión del prefijo RE indica el resultado de volver a diseñar algo. Veamos cómo se aplica en el campo artesanal. El grupo de artesanas asistentes llevan un producto artesanal realizados por ellas, y con base a esos productos realizan el ejercicio de diseñar otro producto partiendo del que tiene. Los productos llevados fueron: bolsos, canastos, bandejas, contenedores, servilleteros.

Las artesanas se agrupan de 3 en tres, y en una hoja marcada con referente (en este caso es el producto que tienen), forma, textura, color, función, empiezan a realizar el ejercicio. En el transcurso del taller, las artesanas manifestaron lo interesante del ejercicio y lo útil que va a hacer para ellas realizar rediseño con sus productos.

Ejemplo de producto rediseñado y con éxito, es el que actualmente tiene la diseñadora Silvia Tcherassi, quien tomo paneras tradicionales realizadas por las artesanas del municipio de Usiacuri, las unió para dar como resultado un producto nuevo. (Canastos)

Se les comento a las artesanas que Rediseñar un producto las ayuda a modernizarse y a adaptarse a los tiempos. Esto es un beneficio especialmente relevante para artesanas que llevan funcionando mucho tiempo. Es una buena manera de ganar atractivo y frescura, lo que contribuirá a ganar nuevos clientes, que es lo que se necesita, sobre todo en los casos en que el taller artesanal ha tenido que hacerle frente, a una grave crisis de pérdida de clientes.

De acuerdo a cada concepto se planteó que modo de intervención era el más pertinente para el tipo de producto.

En el caso de Rescate se encontró el trapiche de madera hecho a mano, un producto de uso tradicional que se dejó de elaborar y que podría ser rescatado.

Para mejoramiento, creación, diversificación y rediseño se trabajó con productos que los artesanos elaboran en sus talleres y que hacen parte de su stock permanente.

Se llevó a cabo el taller de diversificación de productos, dictado a los artesanos beneficiados con el proyecto, donde el primer paso fue definirles el concepto de diversificación que significa la estrategia que encamina a los talleres artesanales, ingresar a nuevos mercados de clientes generando nuevos productos para la amplitud de beneficios.



Se realiza un ejercicio con las artesanas, donde estas muestran un producto de su línea existente, y con base a este producto se les explica cómo pueden sacar otros productos con el fin de aumentar la demanda y volverse más competitivos en el mercado. Las artesanas llegan a la conclusión, que es importante diversificar su línea de productos y no solo realizar uno, ya que una de las ventajas que tienen realizando varios productos, es la de aumentar sus ingresos.

7.7.2. Proceso creativo

El proceso creativo a lo largo del proyecto fue basado en los productos y en los referentes de los municipios para implementarlos en el desarrollo de productos.. Se llevó a cabo de manera que los artesanos fueran pieza fundamental de él, siendo integrantes activos y fuente de conocimiento.

Se hizo visita a los artesanos, para realizar el ejercicio de co–diseño. En el cual por medio de los productos más comerciales ofrecidos por cada artesano se preseleccionaron las formas y la técnica a trabajar. Estos productos los podríamos categorizar de la siguiente manera:

o Funcionales

Contenedores, shots de tragos, servilleteros, mixxers, mesas auxiliares, cucharones, pataconeras, platos, sostenedores de botellas, morteros, sostenedores de libros, jaulas para pájaros, muebles de gran formato, palillos.

o Decorativos

Cuadros tallados, pájaros tallados, máscaras alusivas al carnaval, máscaras caladas alusivas al carnaval, suvenires de elementos icónicos culturales, animales tallados, animales con gráficos del carnaval.

En el municipio de Galapa se utilizaron referentes de diferentes maneras: Se enalteció la técnica de talla con la elaboración de bowls torneados y tallados.

En otros casos se trabajó un concepto de diseño basado en los animales salvajes que este municipio introdujo en el Carnaval de Barranquilla. Por lo que se plantearon unas líneas con gráficos de cebras y otra de percheros con talla figurativa de animales africanos salvajes.

En Tubará se trabajaron referentes formales teniendo en cuenta formas de conchas marinas que se tradujeron en elementos, líneas y calados aplicado al totumo.

Para el trabajo en papel se tomaron como referencia elementos formales de las máscaras del Carnaval como rombos y líneas.

En el caso de la alfarería se hizo un trabajo de huellas de tejidos sobre el barro.

Para el trabajo en madera, en el caso de calado, se tomaron referentes de baldosas hidráulicas que se encuentran en diferentes construcciones del Departamento.



Los caracoles tejidos en iraca son un referente de técnica propios del municipio de Usiacurí y fueron aplicados a los diferentes productos diseñados.

7.7.3. Proceso de conceptualización

Se tomó como base la matriz de diseño 2017 dada por Artesanías de Colombia para el diseño de los productos a enviar a Expoartesanías 2017, enfocado a la creación de elementos para hogar. El equipo basó sus diseños buscando apuntar hacia el mercado objetivo, exaltando la identidad de las comunidades artesanales atendidas por el proyecto.

Los productos descritos a continuación fueron aprobados por parte del comité nacional de diseño. Por los cual fueron a estos a los que se les hizo acompañamiento en producción y envió.

Galapa

Se diseñaron las ensaladeras talladas en 3 tamaños en ceiba roja. Se diseñaron los bowls abiertos y cerrados con graficos de cebra que combinaban la técnica del torno y la talla. Se diseñaron los percheros salvajes, cabezas talladas en ceiba de animales africanos salvajes.

Barranquilla

Se diseñaron porta calientes de dos modelos, teniendo como referentes las baldosas hidráulicas famosas en la ciudad.

Soledad

Se diseñaron unas cajas con talla floral.

Puerto Colombia

Se diseñaron puff utilizando listones de madera naufraga y formando formas sencillas como cilindros y cubos. Se planteó el diseño de unas portas velas, que correspondían a rodajas de madera bien terminadas.

Suan

Se utilizó la técnica del ruteado para generar mobiliario para salas, se planteó un diseño de puff cuadrado y de unas mesas auxiliares personales.

7.8. Diseño y desarrollo de la presentación comercial

Se realizaron jornadas de sensibilización para el uso e importancia del empaque, diferenciado los conceptos de empaque y embalaje. Se explicaron los temas más relevantes como seguridad, transporte, apilabilidad, visibilidad, exhibición y publicidad. A continuación se explican los temas tratados en los talleres.

Que es empaque?

Es un sistema de elementos entrelazados que le generan valor agregado al producto, atendiendo a las necesidades y características del mismo, a los requerimientos del mercado al cual va dirigido, reforzando la identidad de la unidad productiva (marca). El empaque es un sistema de



elementos que facilita la expedición, distribución, almacenamiento, comunicación, presentación, uso y desuso del producto empacado. Es todo producto fabricado con materiales de cualquier naturaleza y que se utilice para: contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías y que no se encuentra necesariamente en contacto directo con el producto.

Que es envase?

Es la estructura rígida o semirrígida que sirve para contener un producto y que se encuentra en contacto directo con el producto. En América latina este término se utiliza por lo general para describir el envase que contiene productos líquidos o gaseosos.

Que es envoltura?

Estructura flexible que se emplea para almacenar sólidos, por lo general está en contacto con el producto

Que es embalaje?

Se refiere a la estructura que provee una protección más fuerte y resistente y que puede contener a su vez un conjunto de productos, empaques o envases.

Que es contenedor?

Estructura rígida de gran capacidad para el transporte vía aérea, marítima, o terrestre de los embalajes

Como se clasifican los empaques?

Se pueden clasificar por tipo de empaque y por nivel de protección:

Por tipo:

Empaque natural:

Este término está ligado a la naturaleza del empaque, materiales, proceso de producción, y desuso, en todos los casos amigable con el medio ambiente. Para el desarrollo de un empaque natural se pueden emplear los mismos oficios y técnicas empleadas para la elaboración de productos artesanales, generando en la mayoría de los casos un valor percibido de mayor estatus y tradición cultural. Sin embargo hay empaques que se encuentran a nuestro alrededor propios de la naturaleza y que cumplen funciones específicas para garantizar la sobrevivencia y sostenibilidad de sus especies como es el caso de las semillas, la piel, los nidos, el vientre materno entre otros.

Empaque artificial:

Es todo aquel que se ha obtenido de materiales artificiales, obtenidos o procesados por el hombre cuyos recursos pueden o no ser derivados naturales; y aunque hay una amplia gama de estos como es el caso de los plásticos, el objetivo final debe responder a la sostenibilidad del ambiente por medio de la reutilización, reciclaje y/o reducción (proceso, energía, volumen, peso etc.)

Por nivel de protección:

Empaque primario:



También llamado empaque de primer nivel, de venta o presentación. Es aquel que se encuentra en contacto directo con la materia empaçada. Cumple las funciones de contener, proteger y comunicar.

Empaque secundario:

También llamado empaque de nivel intermedio. Puede ser el contenedor de uno o varios empaques primarios. Dependiendo de la presentación comercial que se demande debe complementar las funciones del empaque primario. Cumple las funciones de facilitar la manipulación, agrupar, facilitar el transporte, facilitar el almacenamiento.

Empaque terciario:

También llamado embalaje, empaque de transporte o empaque de nivel exterior. Son estructuras colectivas que se utilizan para agrupar, transportar y proteger varias unidades empaçadas en estructuras de segundo primer nivel. Por lo general está dirigido a las actividades de distribución. Tienen función de protección, modularización, unitarización, contenerización, además de complementar las funciones de los empaques primarios y secundarios

Porque el empaque y el embalaje?

- Promoción eficaz del producto
- Llegada segura al destino
- Traslado seguro del producto (taller – consumidor)
- Resalta las cualidades del producto
- Aumenta las ventas
- Diferencia el producto de otros iguales o similares
- Consolida la marca de la empresa

“Un buen empaque puede vender un mal producto, pero un mal empaque puede arruinar un excelente producto”.

Complementos de los empaques y embalajes – insertos

Cumplen la función de:

Organizar
Direccionar
Orientar
Compactar

Existen dos clasificaciones de los insertos:

- Los materiales de amortiguamiento (que refuerzan las funciones de protección e inmovilización del producto empaçado. Aíslan de choques y vibraciones.
- Los elementos de compactación y fijación de la carga (que tienen como objetivo complementar el sistema de cierre de los empaques especialmente durante la fase de transporte.

Funciones de los empaques



En el mundo cambiante del comercio mundial, los empaques cumplen varias funciones que facilitan el intercambio de información, la distribución, y la seguridad del consumidor, del producto y del medio ambiente.

En el nuevo milenio los empaques cumplen dos tipos de funciones que son: funciones primarias y funciones secundarias

Protección

La primera función del empaque es proteger al producto contra las alteraciones que pueden tener diversos orígenes.

- Alteraciones Biológicas, son ocasionadas por agentes externos de origen biológico como bacterias, hongos, insectos, roedores, etc.
- Alteraciones fisicoquímicas, producidas por reacciones entre el medio externo y el empaque o con el producto contenido o entre el material de empaque y el producto como vibraciones, fricción, calor, volumen, presión, humedad, vapor, luz, etc.
- Alteraciones de seguridad, se agrupan las alteraciones de los productos y sus empaques causadas por seres humanos, las alteraciones afectan las características físicas externas del producto y su empaque y pueden afectar las características organolépticas del producto como frescura, textura, color, sabor, aroma, etc.

Contener y conservar

Es la función primaria del sistema de empaque se debe tener en cuenta la naturaleza y características del elemento para determinar la forma, el medio, los materiales y condiciones más eficientes de contenerlo.

Esta función garantiza la permanencia de las características organolépticas o de estabilidad del producto contenido, los empaques pueden ser parte del proceso de producción e inclusive hacer parte del producto, como por ejemplo el proceso de pasteurización de los alimentos enlatados.

Trasporte y distribución

Esta función tiene como misión facilitar las operaciones de almacenaje, inventarios, manipulación, transporte y entrega a los diferentes puntos de consumo. Defina las características del tamaño de la unidad de venta al detal y de mayoreo, así como el tamaño del embalaje para su fácil manipulación o mecanización en las actividades de distribución. Esta función debe responder a la cadena de distribución del producto, la cual debe ser entendida como un conjunto de actividades que tiene por objeto conectar los centros de producción, recolección, acopio, escenario comercial, consumo desecho y viceversa en tal caso. En todas y cada una de estas actividades es importante tener en cuenta la logística y canales de distribución los cuales a su vez establecen unos requerimientos específicos sobre el empaque

Funciones de marketing

Promoción

Generar ALERTA. Es función importante y prioritaria del empaque llamar la atención y atraer al consumidor al mismo tiempo que destaca la marca, esta es la función que conduce a la compra



Personalidad

Esta función permite que el empaque presente su producto y lo delimite a un segmento exacto de mercado para el cual fue creado. Esta función denota las características de estilo, diseño forma, volumen, calidad y precio.

Información y comunicación

Esta función está apoyada en el diseño gráfico y debe lograr efectividad en la información sobre la materia contenida, la unidad productiva que lo realice y el segmento del mercado al cual va dirigido. En esta función se deben incorporar textos o imágenes teniendo en cuenta que el sustrato es el empaque y por ende deben aportar a su diferenciación entre los demás productos. El empaque debe cumplir con llevar la información necesaria al consumidor sobre: ingredientes, composición, aplicaciones, indicaciones de uso, precauciones, marca, presentación del producto, información legal, etc.

Posicionamiento

Precisar y especificar las percepciones de calidad y beneficios para el consumidor dándole a este la oportunidad de considerar su valor para decidir si el precio es justo o no; elemento decisivo al momento de tomar la decisión de compra. El empaque es el primer contacto físico con el consumidor y debe estar en sinergia con los otros medios de comunicación y publicidad, esta función logra el reconocimiento del producto por el consumidor.

Servicio

Esta función es esencial en la manipulación, para la distribución tiene en cuenta las aplicaciones ergonómicas del

Se hizo acompañamiento a los artesanos en el empaque y embalaje de los productos enviados a Bogotá para Expoartesanías, con el fin de garantizar que los productos llegaran en óptimas condiciones.

7.9. Asesorías Puntuales

Se realizaron asesorías puntuales a los beneficiarios con el fin de proponer mejoras en sus procesos productivos e identificar cuáles son sus fortalezas y debilidades en cuanto a comercialización, diseño, mercadeo, identidad y costos.

Al aplicar este formato se logró identificar que una de las mayores debilidades de los artesanos es la forma de promocionar y comercializar sus productos. Muchos de ellos no encuentran un lugar donde poder ofrecerlos permanentemente fuera de sus municipios. En cuanto a precio y costos, los artesanos no diferencian los términos ni saben costear sus productos.



8. Componente Comercialización

8.1. Presentación

Las comunidades donde se realizó el componente comercial en su orden de visita fueron: Galapa, Puerto Colombia, Usiacurí, Barranquilla, Ponedera, Tubará, Suan, Luruaco, Soledad. El informe relaciona lo observado durante la ejecución y se realiza con base al perfil de los asistentes a los diferentes talleres.

Las comunidades de Galapa con oficios y técnicas en talla en madera; cestería en bejuco, tejeduría en crochet y Usiacurí con tejeduría en iraca tienen rápido acceso desde Barranquilla y cuentan con una frecuencia de transporte que les permite sacar sus productos prácticamente en cualquier momento.

Se observó una organización por asociaciones y/ o talleres artesanales; concentración de artesanos visible en la feria de la máscara de Galapa (más de 60), realizada del 1 al 3 de diciembre en 2017. En Usiacurí se hace visible la concentración de artesanos dada la oferta de productos que se aprecia al recorrer el pueblo. En ambos municipios se evidenció relevo generacional.

En cuanto al tema productivo, los artesanos de Galapa y Usiacurí producen durante todo el año dependiendo de la obtención de la materia prima y la mayoría tiene la artesanía como parte de su sustento.

La actividad comercializadora para Galapa está concentrada a nivel regional, nacional y en algún caso internacional.

En Usiacurí se observó actividad comercial local, regional y nacional a través de intermediarios que compran en el pueblo y luego distribuyen en Colombia.

Galapa y Usiacurí utilizan la participación en ferias y eventos para hacer mercadeo directo.

Puerto Colombia, Barranquilla, Soledad tienen vías de rápido acceso para sacar los productos.

En los tres sitios se encontró organizaciones por asociaciones; diversos oficios y técnicas, principalmente manualidades (según lo establecido por Artesanías de Colombia). Se observó que los asistentes a los talleres en general son personas que sobrepasan los 50 años con dos excepciones en Soledad.

Para estos municipios el tema de productividad está relacionada en gran medida a los pedidos o encargos recibidos, las actividades de manualidad en algunos casos es parte de una cotidianidad realizada en horas de ocio.

Tubará y Suan son municipios localizados a 2 horas desde Barranquilla con una frecuencia de transporte público más baja que la observada a Galapa; vías pavimentadas.



Los dos municipios tienen asociaciones de artesanos, para el caso de Tubará se evidenció el desarrollo del aprendizaje y perfeccionamiento del trabajo en totumo y en Suan se observó trabajo en cuero y manualidades.

La comercialización para Tubará y Suan en su gran parte es local.

Luruaco, exactamente San Juan de Tocagua con trenzado en calceta de plátano; queda ubicado a dos horas de Barranquilla, con más baja frecuencia de buses que a Tubará, vías pavimentadas hasta Luruaco. Desde allí el transporte es limitado y se agregan de 15 a 20 minutos al recorrido. Esto hace que el costo de los productos se eleve.

Existe una asociación y se evidenció el trabajo en el perfeccionamiento de la técnica. La comercialización es local.

El Laboratorio del Caribe de Artesanías de Colombia ha venido desarrollando alianzas con diferentes personas y entidades municipales como artesanas líderes en cada zona, alcaldías, instituciones y organizaciones que facilitan la convocatoria, los espacios físicos, entre otros.

El trabajo previo al componente comercial enfatizó el tema de costos y el hallazgo del punto de equilibrio o costo variable promedio CVP para a partir de allí desarrollar el tema de política de precios.

El Proyecto incluyó el componente comercial dado que hace parte de la cadena productiva; generó valor para los artesanos al desarrollar herramientas aplicables de manera inmediata para el mejoramiento de las ventas.

Con el objetivo de generar valor, se enfatizó en uno o varios componentes para desarrollar herramientas o propuestas ajustadas a las necesidades de los asistentes.

Los temas que se impartieron fueron los siguientes:

Análisis de fuerzas de mercado: Evaluación del entorno de los talleres artesanales frente al mercado. Permite evidenciar las falencias existentes y plantear acciones a seguir para mejorar la posición en el mercado.

Preparación para la participación en eventos feriales: Talleres que permitieron evidenciar los tres momentos clave preferia, feria, posterga para que la asistencia a un evento ferial sea aprovechada al máximo de acuerdo a las metas que se planteen. Permite el mejoramiento de formatos comerciales. Listas de chequeo, práctica en caliente de exhibición y análisis de planos.

Estrategia de Promoción: Talleres para encontrar de manera consciente la audiencia objetivo relacionada con las metas del taller, la utilización de redes sociales, signos distintivos y el mercadeo territorial como nuevas herramientas de diferenciación. Permite realizar productos mínimos viables MVP para promocionar la asistencia a Expoartesanías del taller del Toro Miura de Gálapa y tres artesanas de Usiacurí. Se plantearon estrategias específicas de promoción.

Políticas de precios como estrategia para competir en el mercado: Talleres donde se desarrolló la metodología para encontrar el precio de una línea de producto con base en el costo variable promedio; competencia, valor percibido. Se firmó acuerdo de precios para los productos en común de los asistentes a Expoartesanías 2017.



Ventas directas: Talleres que permitieron evidenciar las capacidades de comunicación y relacionamiento a desarrollar en los encargados de ventas. Permitted elaborar formatos para contactar clientes, pedidos, cotizaciones ajustadas a las necesidades de información de acuerdo a la técnica u oficio.

La preparación y ejecución de talleres se realizó con base en metodologías participativas teniendo en cuenta la metodología de Artesanías de Colombia; talleres colaborativos para el desarrollo de soluciones comerciales según el proyecto utilizando enfoque Ágil y Design Thinking. Cada taller se diseñó con los mismos contenidos adecuando la manera como se transmitieron de acuerdo al contexto y necesidades de la comunidad.

Se implementó esta metodología porque permitió la construcción colectiva de los contenidos a partir de sus propias vivencias con ejemplos cercanos, palpables y tangibles que facilitaron la aprehensión y comprensión de los conceptos impartidos. Los pasos que se realizaron para el desarrollo de la metodología son:

- Fase previa Lectura de contexto: se utilizó para crear los talleres de acuerdo al perfil de los artesanos.
- Acuerdos entre participantes: se usó para generar un espacio seguro mediante acciones acordadas que permitieron generar confianza entre los participantes.
- Exposición de contenidos: Construcción de conceptos basados en la pregunta con enfoque reflexivo con la participación de los asistentes.
- Elaboración de acciones que generen valor: Ejercicio práctico aplicable de manera inmediata para mejorar la competitividad de las unidades productivas asistentes.
- Cierre: Reflexión sobre lo aprendido.

8.2. Metodología

El objetivo de los talleres impartidos con este diseño metodológico es que cada artesano incluya en su cotidianidad una mejora que le permita competir en el mercado generando valor agregado desde su identidad.

La implementación de la metodología tiene las siguientes características

- La identidad del artesano es el eje principal para desarrollar las actividades según cada caso
- Todos los asistentes tienen voz y cada intervención es tomada en cuenta para enriquecer el taller
- El respeto por el tiempo se pone en práctica generando sesiones altamente efectivas
- Cada artesano se hace partícipe de generar las herramientas de trabajo necesarias para poner en práctica
- Se genera recordación utilizando vivencias de los participantes

La metodología empleada para esta ejecución es el resultado de veinte años de trabajo in situ con el sector artesano Latinoamericano; utilización de metodologías de Artesanías de Colombia; implementación de los conceptos y prácticas “Agiles” y Management 3.0.



Durante el proceso de certificación de Magnagement 3.0 encontré que en el concepto de Magnagement 1.0 los recursos de la empresa son una máquina. En Magnagement 2.0 el proceso prima sobre las personas teniendo como premisa la diferencia entre eficiencia y eficacia.

Magnagement 3.0 ve la organización como un ecosistema interdependiente, con una visión sistémica. Esta nueva mirada permite tener en cuenta a las personas. De tal forma uno de sus ejes fundamentales es la motivación y el empoderamiento. Este eje ha sido el principal promotor en el diseño de actividades de cada uno de los talleres diseñados para el Atlántico.



Figura 14. Eje Magnagement 3.0. Dibujo de Claudia Sandoval @claumsandoval para Luis Mulato @luismulato.

Se parte de la premisa de la teoría de la complejidad, en donde la construcción del conocimiento tiene aspectos como la biología, el espíritu, el cerebro, la lingüística, lo cultural, lo histórico y social, es decir contempla las diferentes dimensiones del ser humano.

Es así, como el componente de la comunicación es fundamental. Un lenguaje sencillo, claro y con ejemplos cercanos facilitan el desarrollo de los talleres para los artesanos.

Las diferentes perspectivas de quienes asisten son enriquecedoras, se aceptan y se incluyen dentro de la construcción.

Para ampliar el tema, se puede visitar el link de Luis Mulato Agile coach, mentor, trainer AgileSpin.

<http://cronicasagiles.blogspot.com.co/2015/03/management-30-la-gerencia-del-siglo-xxi.html>

Fases de la metodología para desarrollar componentes de mercadeo y comercialización para artesanos

El centro de la estructura metodología gira en torno al artesano que está comprendido por su identidad: Oficio y técnica; materia prima; recursos naturales; comida; ferias y fiestas; costumbres; geografía.

Todos y cada uno de los componentes aportan a la diferencia, a descubrir o hacer conciencia del valor de lo diferente que se convierte en inspiración para los reforzar el valor agregado a un producto, servicio y que puede ser utilizado en los diferentes componentes de la cadena productiva, en este sentido se incluye el tema de mercadeo territorial, una gran oportunidad para las comunidades artesanas del Atlántico.



La siguiente figura presenta la estructura de la metodología planeada para el trabajo con los artesanos en el Atlántico.



Figura 16. Estructura metodológica para talleres en Atlántico 2017.

Cuando se imparten conceptos me ha funcionado muy bien el desarrollo de preguntas reflexivas, las cuales construyo para cada ocasión basada en el contexto apoyándome en mi trabajo de tesis “La pregunta como elemento estratégico de la evaluación del pensamiento reflexivo en el aula universitaria”

Los talleres creativos de Artesanías de Colombia son un elemento fundamental en el desarrollo de la metodología aplicada. Están orientados para hacer desarrollo de producto, sin embargo el concepto fundamental de observar el contexto y recurrir al “rescate” como una forma de inspiración, son muy útiles para transmitir conceptos relacionados con ventas y mercadeo por cuanto en cada uno de los casos los asistentes construyen los conceptos desde su conocimiento y experiencias. Los programas de formación de Artesanías de Colombia marcan la diferencia especialmente en competencias de Mercadeo y Ventas y en el diseño de los programas se utilizaron componentes para prácticas colaborativas y reflexión.

El “Agilismo” o “Agile” me ha brindado la posibilidad de desarrollar el concepto de trabajo en equipo para la construcción de conceptos, puesta en práctica y reflexión sobre los mismos. En febrero de 2017 fui aceptada en el Agile Open Camp Argentina, realizado en Bariloche, para exponer mi práctica Ágil con artesanos del Caribe Colombiano, un logro de empoderamiento de los artesanos en el desarrollo de producto y comercialización de los mismos. La charla se puede apreciar en el siguiente link:



https://www.periscope.tv/colaborative_IT/1mnGeVYyDALJX?

Exposición “Patrimonio Afro” Desarrollo de producto, venta y comercialización, con metodolog Cooperación Española, Claustro de Santo Domingo, mayo-junio de 2017.

<https://www.youtube.com/watch?v=eZWSbWtBoAY>

En el Agilismo, las personas están por encima de los procesos. Este concepto ha sido otro componente poderoso que ha permitido que cada una de las sesiones sean inolvidables y que, por ejemplo después de una año de impartir el taller “preparación para eventos feriales” en Usiacurí 2016, las artesanas participantes recuerden los ejemplos que ellas mismas citaron y que haya puesto en práctica los conceptos y herramientas desarrolladas.

Para ampliar el tema ver el siguiente link artículo “Desarrollo de metodología de diseño para trabajo con comunidades artesanas en Colombia” escrito para la Revista de Diseño de la Universidad Autónoma.

http://www.fuac.edu.co/recursos_web/documentos/disenio/revista-inter/RID_%20Vol_2_N2_JULIO_DICIEMBRE_2016.pdf

8.3. Análisis de fuerzas del mercado.



Fotos 2 y 3 Trabajo colaborativo, Ivonne Gómez; Claudia Contreras. Foto de Liz Fetiva (Barranquilla, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

Se utilizó el análisis de las 5 fuerzas de Porter con el objetivo de determinar el entorno de la artesanía en el departamento y en cada uno de los municipios objeto de esta ejecución.

Departamento del Atlántico Sector Artesanía

Competencia Vertical

Amenaza de productos sustitutos: En este momento es alta por cuanto las personas tienden a tomar las decisiones de compra basadas en la necesidad y el precio. La baja divulgación del valor de las artesanías y lo hecho a mano hace que la decisión de compra se base en la relación antes citada.



Los productos sustitutos hacen parte de la oferta de productos tipo souvenir en espacios tan importantes como el Museo del Caribe.

Amenaza de nuevos entrantes o competidores: Alta, los artesanos asistentes a estos talleres identificaron que el desplazamiento de las personas provenientes de Venezuela hacia Barranquilla y municipios aledaños está creciendo en productos elaborados a mano, con buena calidad y a precios muy bajos dadas las necesidades de las personas desplazadas para subsistir.

Por otro lado, se identificaron amenazas de nuevos competidores, básicamente de Asia (también se nombró a la India) con productos con aspecto hecho a mano y a precios muy competitivos.

Rivalidad entre competidores: Alta. Los artesanos identificaron como competencia a los mismos artesanos de su comunidad, esto evidenció la falencia de mentalidad asociativa.

La competencia local es alta y en algunos casos la manera como se pelea en el mercado es por precios bajos, de esta forma gran parte de las empresas asistentes quedaron ubicadas en un mercado en declinación donde la competencia por liderazgo en precios y aplicación de estrategias de precios bajos son el día a día.

Horizontal

Poder de negociación de los proveedores: En general el poder de negociación de proveedores es alto, son ellos quienes determinan el valor de las materias primas, definen la oferta y por ende, determinan el precio de las materias primas.

Poder de negociación de clientes: Variable dependiendo del producto, oficio y técnica; valores agregados; reconocimiento del artesano.

Sugerencias

- Utilizar estrategias para la diversificación e innovación de productos. Construir barreras desde la identidad como la geografía, cultura, oficio, técnica y aspectos formales, como valores agregados y signos distintivos; con el objetivo de crear un ambiente sostenible para los productos y talleres. Apelar a la identidad para desarrollar estrategias de producto y comerciales.
- Se evidenció un gran volumen de talleres que trabajan el ensartado de chaquiras para hacer bisutería en un mercado saturado, inclinado a tomar decisiones de compra ligados al precio. Se sugiere segmentar el mercado para poder diversificar los productos y buscar valores agregados que hagan más competitivos a los productores.
- De la misma forma se sugiere seguir apoyando a los artesanos y personas dedicadas al trabajo manual en el perfeccionamiento de oficios y técnicas.
- Es poco aprovechado el tema de signos distintivos y mercadeo territorial con enfoque turístico.
- Esta es una posibilidad de generar experiencias únicas alrededor de una fiesta tan importante como el Carnaval de Barranquilla. Para desarrollar este tema se evidenció la necesidad de trabajar en el diseño de experiencias que cubran toda la logística de traslado de los turistas para lograr una inmersión completa.



Galapa: Trabajo de talla en madera

Competencia Vertical

Amenaza de productos sustitutos: Baja por cuanto la talla en madera de Galapa tiene un alto reconocimiento ligado a su origen

Amenaza de nuevos entrantes o competidores: Baja. Desde el punto de vista local, el ciclo de aprendizaje de los nuevos artesanos comienza en la escuela donde a través de iniciativas como la del Maestro Manuel Pertuz y la Alcaldía de Galapa permitió la formación de jóvenes de 14 años a 18 años con el objetivo de mantener el oficio y técnica. También hace parte del ciclo de aprendizaje, el trabajo que algunos talleres le dan a sus aprendices, quienes más tarde formaran sus nuevos talleres o tendrán en la artesanía un modelo de sustento hasta que obtengan sus grados en diversas profesiones.

A nivel nacional o internacional, los artesanos de Galapa tienen una competencia con comunidades como las del Putumayo y a nivel internacional con México y África, sin embargo la carga cultural de las máscaras genera un gran valor agregado que permite competir en el mercado.

Rivalidad entre competidores: Baja. Nuevamente los artesanos citaron a los otros artesanos del mismo municipio como rivales. Los artesanos de Galapa reconocen que entre ellos hay diferencias formales que hacen a cada producto único.

Competencia Horizontal

Poder de negociación de los proveedores: Alta. Las exigencias ambientales para poder trabajar con madera hacen que los proveedores puedan encarecer la materia prima.

Poder de negociación de los clientes: Variable dependiendo de las características del producto, la excelencia en el oficio y técnica y su autor. En casos como el taller del maestro Manuel Pertuz el poder de negociación de los clientes tiende a ser bajo debido al historial que respalda al maestro.

Sugerencias

- Seguir desarrollando estrategias de producto ligadas a la identidad
- Apoyar el relevo generacional mediante estrategias de acompañamiento en nuevos mercados y en el uso de las TIC's para ampliar cobertura en ventas e informar
- Apoyar y desarrollar estrategias relacionadas con mercadeo territorial con enfoque turístico
- Desarrollar competencias bilingües en las nuevas generaciones

Puerto Colombia: manualidad y trabajo en totumo

Competencia Vertical



Amenaza de productos sustitutos: Alta. La comunidad tiene un espacio en la playa que está pensado para atender a los turistas. Los productos que se ofertan en su mayoría no están pensados para el mercado turista.

Amenaza de nuevos entrantes o competidores: Alta, la oferta de producto industrial y de bajo precio es una gran amenaza para los productos manuales y de bisutería que se observaron en

Rivalidad entre competidores: Se refirieron a ellos mismos sin rivalidad.

Horizontal

Poder de negociación de los proveedores: Alta, algunos productores tienen solamente un proveedor. Los precios de la materia prima e insumos son manejados por intermediarios que distribuyen en Barranquilla.

Poder de negociación de clientes: Alta. La necesidad de vender los productos hace que los precios varíen de acuerdo a solicitud del cliente.

Sugerencias

- Apoyar el desarrollo de oficios y técnicas que contribuyan a crear barreras desde la identidad.
- Realizar ejercicios de empatía con los clientes para identificar las necesidades y de esta forma ofrecer productos que estén alineados al cliente turista.
- Desarrollar estrategias para que la comunidad perciba la calidad como una primera condición para competir en el mercado.

Usiacurí: Tejeduría en palma de iraca

Competencia Vertical

Amenaza de productos sustitutos: Alta, para los productos de la línea hogar; sin embargo, el oficio y la técnica tiene una gran ventaja porque es única en Colombia.

Amenaza de nuevos entrantes o competidores: Usiacurí también definió la competencia entre las mismas artesanas del municipio. Se evidenció una guerra de precios, copia de los productos.

Las artesanas se refirieron al comercializador como un influenciado en la guerra de precios porque compra al regateo lo que ha causado que algunas tejedoras abandonen las buenas prácticas de teñido y acabados al no ser reconocido el tiempo de construcción de las piezas.

El comercializador, según las artesanas, al ser distribuidor adquiere productos al más bajo precio con el objetivo de ganar un mayor margen en su desempeño comercial, este hecho ha desmotivado a las artesanas en la aplicación de procesos que mantengan la calidad.

De la misma forma se evidenció la copia de productos nuevos con baja calidad que a mediano y largo plazo ha ido dañando el mercado.

Rivalidad entre competidores: La comunidad definió sus competidoras entre ellas mismas, lo que evidencia una mentalidad de baja asociatividad, causada por una serie de sucesos a través



de los años que ha ido desactivando y alejando a las integrantes de la asociación de tejedoras de Usiacurí, ligado a los recientes robos de mercancía, mercancía e insumos en su punto de venta.

Horizontal

Poder de negociación de los proveedores: Alto. Este año particularmente tuvieron mucho problema en la consecución y precio de las materias primas debido a las inundaciones.

Poder de negociación de clientes: Alto. Las artesanas que tejen en iraca, derivan su sustento de esta actividad, causando que se viva con una mentalidad cortoplacista debido a las necesidades inmediatas que deben cubrir para ellas y los suyos.

Sugerencias

- Acompañar a la comunidad en un proceso de asociatividad desde actividades comerciales como la participación en ferias nacionales e internacionales que les permita trabajar para conseguir una meta de ventas.
- Desarrollar estrategias de innovación de productos con identidad
- Acompañar a las artesanas en el proceso de sostenibilidad de la política de precios para Expoartesanías pactadas en Usiacurí el pasado 3 de diciembre.
- Reafirmar y o Desarrollar en las nuevas artesanas la conciencia de calidad como base para sostenerse en el mercado

Barranquilla: Trabajo manual en varios materiales, bisutería

Competencia Vertical

Amenaza de productos sustitutos: Alta. La competencia indirecta de los productos de los asistentes a los talleres en Barranquilla es muy fuerte en bisutería con productos de la China, y de la india.

Amenaza de nuevos entrantes o competidores: Alta, los desplazados de Venezuela comercializan productos de bisutería a bajos precios y buena calidad.

Rivalidad entre competidores: Alta. Las estrategias de competencia se basan en los precios bajos

Horizontal

Poder de negociación de los proveedores: Alto, algunos productores tienen contemplado un solo proveedor que así ves es distribuidor de alguien más.

Poder de negociación de clientes:

Sugerencias

- Desarrollar estrategias de innovación de productos que contemplen el mejoramiento de oficios, técnicas, mezclas de material tanto industrial como natural con origen geográfico ubicado en el Caribe para constituir barreras de entrada.

Ponedera: No se incluye diagnóstico por cuanto no hubo quórum para desarrollarlo.

Tubará: Esta comunidad se encuentra en proceso de aprendizaje del trabajo en totumo.

Competencia Vertical



Amenaza de productos sustitutos: Alta, sin embargo, están conscientes del desarrollo de líneas de producto con alto contenido de identidad como estrategia para marcar la diferencia a futuro

Rivalidad entre competidores: Definen la competencia como aquellos talleres ubicados en la costa en zonas diferente a las del departamento del Atlántico. Como es un grupo principiante aún están aprendiendo de su entorno.

Horizontal

Poder de negociación de los proveedores: Bajo. La materia prima la toman de los alrededores, sin embargo, se encontraban en proceso de aprendizaje para seleccionar la materia prima.

Poder de negociación de clientes: Sin establecer. Debido a que la actividad es reciente no se definió este aspecto.

Sugerencias

- Seguir apoyando el perfeccionamiento técnico como condición mínima para competir en el mercado.
- Desarrollar productos con base en la rica identidad que poseen dada la zona geográfica y su historia del componente cultural.
- La comunidad identificó una oportunidad en el mercadeo territorial con enfoque turístico para desarrollar inmersión en la cultura a través de la artesanía, contemplación de la naturaleza y la gastronomía.

Suan: Trabajo en cuero, manualidades

Competencia Vertical

Amenaza de productos sustitutos:

Amenaza de nuevos entrantes o competidores: Alta, productos de origen industrial pueden competir por calidad y precio.

Rivalidad entre competidores: No se definió rivalidad entre competidores

Horizontal

Poder de negociación de los proveedores: Alta. Algunas tienen solamente un proveedor que a su vez es intermediario.

Poder de negociación de clientes: Alta. El cliente tiene alto poder para definir el precio del producto. Aunque en general los productores no viven de la actividad y la realizan en momentos de ocio, les gusta sentir que recuperan algo de dinero través de la venta de productos sin tener en cuenta un análisis juicioso de costos.

Sugerencias

- Apoyar en el mejoramiento de los oficios y técnicas
- Incluir el techado como una de las actividades a salvaguardar por cuanto es cestería utilizada en la construcción de techos.

Luruaco: Trenzado en hojas de plátano: línea de muebles auxiliares

Competencia Vertical



Amenaza de productos sustitutos: Alta. La industria presenta una gran gama de alternativas de muebles auxiliares en una también alta gama de posibilidades de precio

Amenaza de nuevos entrantes o competidores: No quedó definida por la comunidad

Rivalidad entre competidores: La comunidad tiende a ver a las otras artesanías como competidoras.

Horizontal

Poder de negociación de los proveedores: Alto

Poder de negociación de clientes: Alto. Los clientes tienden a tener un alto poder de negociación.

Sugerencias

- Seguir apoyando a la comunidad en el mejoramiento del oficio y técnica.
- Seguir desarrollando productos con alta diferenciación como el puf de calceta.
- Apoyar a la comunidad en el mejoramiento de actitudes comerciales para el mercadeo directo

Soledad: Bisutería en ensartado de chaquiras

Competencia Vertical

Amenaza de productos sustitutos: Alta. Ventas por catálogo como Yanbal y Ebel. Productos provenientes de la India y de China

Amenaza de nuevos entrantes o competidores: Libre comercio que ha estimulado la entrada de China, Japón, India.

Desplazados de Venezuela haciendo productos de bisutería en varias técnicas con buena calidad y precios bajos

Productos industriales en láser con aspecto de calado, pero con bajos precios

Los artesanos definieron como amenaza el hecho de que los nuevos competidores entran apoyados por sus gobiernos en misiones de conquista de mercados

Rivalidad entre competidores: Alta. Competencia basada en precios bajos

Horizontal

Poder de negociación de los proveedores: Manejan los tiempos de entrega. Manejan la calidad de los materiales. Escasez de materia prima en consecuencia suben los precios. Alta rotación de inventario.

Poder de negociación de clientes: Alta.

Sugerencias

- Apoyar el mejoramiento técnico, la utilización de mezclas de material y alto contenido de diseño para diferenciar las piezas.
- Desarrollar estrategias de segmentación de mercado objetivo para concentrarse en segmentos emergentes.
- Desarrollar el turismo de experiencia acercando al cliente a un proceso de acabado para que se lleve la pieza en la que trabajó.
- Utilizar el marco del Carnaval de Barranquilla para hacer promoción de oficios y técnicas.



Fotos 4 y 5 Cómo sostenerse en el mercado. Artesanas de Luruaco. Foto de Paola Bedoya (Barranquilla, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

8.4. Preparación en participación de ferias



Fotos 6 y 7 Trabajo colaborativo, preparación de eventos feriales, Xiomara Martínez, Alex Castro, Leonardo García. Foto de Liz Fetiva (Tubará, Atlántico. 2017).

Se desarrollaron los tres momentos de la preparación de un evento ferial a través de la participación colaborativa de todos los asistentes. Se pasó de la generalidad a la particularidad para desglosar cada uno de los momentos y encontrar las herramientas de uso en cada uno de los momentos.



Fotos 8 y 9 Ejercicio de exhibición en el Festival de la Máscara en Galapa Foto de Liz Fetiva (Suán, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



Foto 10 Stand en Expoartesanías 2017. Foto de Liz Fetiva (Bogotá D.C 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



Foto 11 Trabajo colaborativo formatos para ventas. Foto de Liz Fetiva (Barranquilla, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

Resumen de artesanos, qué aprendí:

http://www.youtube.com/watch?v=d_bLUeInlck

<http://www.youtube.com/watch?v=Z-cZCzRKFA0>

<http://www.youtube.com/watch?v=VtdKRZrQofs>

8.5. Estrategia de promoción

Una estrategia de promoción tiene diferentes contenidos tales como la definición del Mix de las estrategias, la audiencia objetivo, los mensajes a comunicar de acuerdo a las metas del taller, ventas personales, relaciones públicas, la utilización de signos distintivos, redes sociales, identidad y mercadeo territorial con enfoque turístico. Estos conceptos emergieron de los talleres a través de la experiencia de los asistentes, la construcción de las estrategias se realizó de acuerdo a los intereses particulares y teniendo en cuenta los recursos que cada taller podía tener para poner su plan en práctica de manera inmediata.



Foto 12 Trabajo colaborativo. Taller de promoción Foto de Liz Fetiva (Usiacurí, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



Foto 13. Ejercicio de comunicación. Artesanas de Usiacurí. Foto de Liz Fetiva (Usiacurí, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



Foto 14. Ejecución estrategia comercial para redes sociales del Taller “Toro Miura” Familia Pertuz. Foto de Liz Fetiva (Gálapa Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

En el caso del Taller del “Toro Miura”, la familia Pertuz se comprometió a elaborar el MVP o mínimo producto viable de acuerdo al planteamiento de la estrategia de promoción elaborada durante el taller. El equipo contaba con las herramientas necesarias como internet,



computadores, productos, cámara fotográfica y el tiempo disponible para llevar a cabo lo propuesto.

A continuación se presentan las imágenes desarrolladas de la familia Pertuz para la promoción del taller “Toro Miura” en Expoartesánias 2017 y el Festival de la Máscara en Galapa, que se llevó a cabo del 1 al 3 de diciembre del presente año.

Durante todo el ejercicio de promoción para todas las comunidades se destacó el hecho de incluir el tema de identidad como una parte fundamental en el tono y el lenguaje a utilizar para hacer el diseño del mensaje para la audiencia objetivo.



Figura 17. Aplicación de la estrategia de promoción “Taller Toro Miura”. Fotos de Anthony y Manuel Pertuz (Galapa Atlántico, 2017) para Instagram y Facebook. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



Resultados de la planeación de la promoción para Expoartesañas, ejercicio de promoción:

<http://www.youtube.com/watch?v=pnXibuYMUWs>

<http://www.youtube.com/watch?v=HHIDMuxVJkQ>

<http://www.youtube.com/watch?v=gxddl8Bkmf8>

8.6. Estrategia de precio

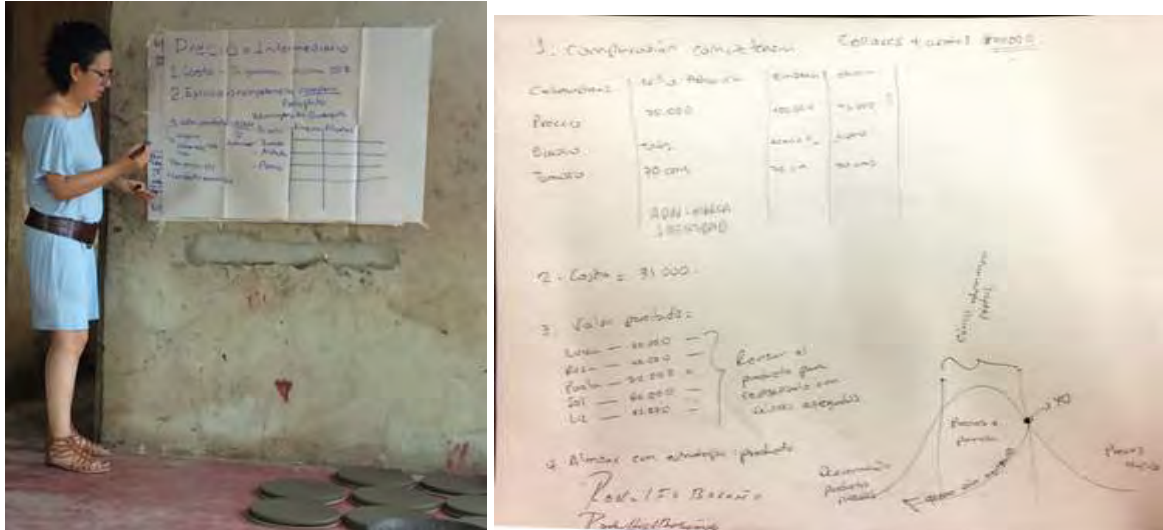


Fotos 15 y 16. Trabajo colaborativo. Taller Promoción y relación con la Estrategia de Precios. Foto de Liz Fetiva (Soledad, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

Para el tema de estrategia de precios, utilizando la misma metodología, emergieron los conceptos de ciclo de vida del producto, penetración por desarme, por paridad, por precios bajos, liderazgo en precios bajos, Costos Variable promedio CVP, competencia, valor percibido, bonificaciones, comercio justo.



Foto 17. Trabajo colaborativo. Acuerdo en la Estrategia de Precios para Expoartesañas 2017. Foto de Liz Fetiva (Usiacurí, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



Fotos 18 y 19. Ejercicios de comprensión para establecer precios y línea de producto. Foto de Paola Bedoya (Ponedera, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

Resumen de artesano, Qué aprendí?

<http://www.youtube.com/watch?v=Xmd00Nkx0fE>

8.7. Ventas directas

Para el desarrollo del tema de ventas directas emergieron conceptos como lenguaje corporal, protocolo de ventas, relaciones públicas, mercadeo directo, voz a voz.



Fotos 20 y 21. Ventas directas como estrategia de promoción. Foto de Liz Fetiva (Soledad, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



Fotos 22 y 23. Gestualidad en ventas directas. Foto de Liz Fetiva (Suán, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



Fotos 24 y 25. Clínica de ventas. Foto de Liz Fetiva (Puerto Colombia, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

Resumen de artesano, Qué aprendí?

<http://www.youtube.com/watch?v=8LeuRLWfEsg>

<http://www.youtube.com/watch?v=MuzU3MpK3w>

<http://www.youtube.com/watch?v=8uaKD3TfIco>



9. Componente Propiedad Intelectual

9.1. Objetivo general

Brindar las herramientas en materia de propiedad intelectual que permitan una protección de los productos en un nivel legal y a la vez promover dichas protecciones con un fin comercial en el marco del proyecto “Fortalecimiento de la competitividad y el Desarrollo de la actividad artesanal en el departamento de Atlántico” Fase 3, ejecutado por medio del convenio interadministrativo No 0110*2017*000066 (ADC-2017-158) suscrito con el Departamento del Atlántico.

9.2. Objetivos Específicos

- Realizar capacitaciones programadas en materia de propiedad intelectual a los artesanos en los municipios de Barranquilla, Soledad, Galapa, Usiacurí, Luruaco, Suan, Tubará, Puerto Colombia, Ponedera, en el Departamento del Atlántico, de acuerdo con la metodología y las actividades establecidas en el marco lógico del proyecto, por Artesanías de Colombia
- Realizar asesorías individuales en procesos de registro de marca hasta su diligenciamiento en los Municipios de Barranquilla, Soledad, Galapa, Usiacurí, Luruaco, Suan, Tubará, Puerto Colombia, Ponedera, en el Departamento del Atlántico, de acuerdo con la metodología y las actividades establecidas en el marco lógico del proyecto, por Artesanías de Colombia.

9.3. Presentación

El módulo de Propiedad Intelectual en el marco del proyecto “*Fortalecimiento de la Competitividad y el Desarrollo de la Actividad Artesanal en el Departamento del Atlántico, Fase 3-2017*”, comprendió el componente de *Propiedad intelectual* que logró la capacitación y apropiación de los artesanos en temas de propiedad intelectual, para que tuvieran la capacidad de entender la importancia de los derechos inherentes a su trabajo, los beneficiarios están ubicados en los municipios de Suan, Tubará, Ponedera, Usiacurí, Soledad, Luruaco, Puerto Colombia, Galapa y Barranquilla. Igualmente, se logró llevar a la práctica esa protección, ya que muchos artesanos se encuentran materializando sus respectivas marcas para aprovechar el convenio de Artesanías de Colombia con la Superintendencia de Industria y Comercio en cuanto al registro de marca.

El plan de trabajo que se desarrolló dentro del componente consistió en dos etapas, una etapa de capacitación a cada grupo de artesanos en cada municipio y asesorías individuales donde se les instruyó en el proceso de creación y registro de su marca.

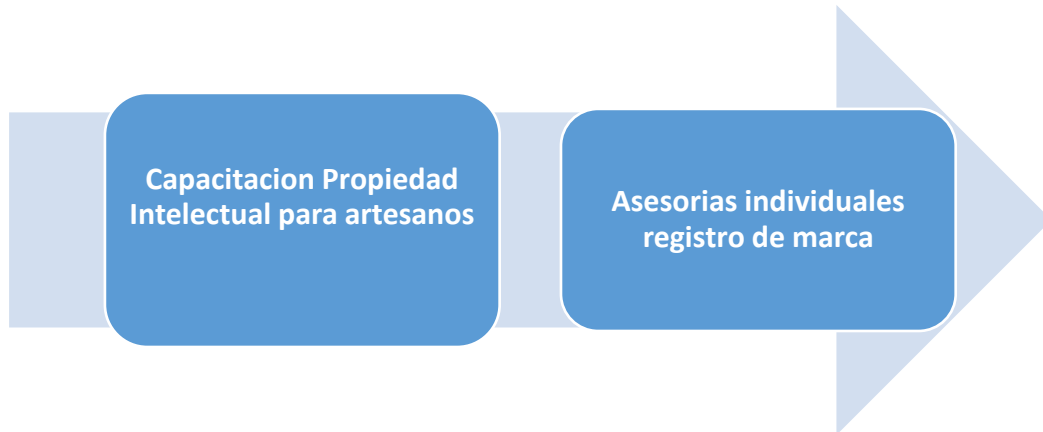


Figura 18. Actividades realizadas con los artesanos

9.4. Capacitaciones propiedad intelectual artesanos

Se hizo acompañamiento a los artesanos de los municipios de Ponedera, Tubará, Luruaco, Usiacurí, Galapa, Barranquilla, Suán, Soledad y Puerto Colombia, desarrollando capacitaciones en cada uno de los municipios, explicando didácticamente y en la práctica el concepto de propiedad intelectual, su importancia y los derechos, deberes y obligaciones legales que tienen. Igualmente, se les explicó ampliamente la forma como podían proteger mediante los derechos de autor sus creaciones y los beneficios legales y de negocio que tiene la protección de su marca.

En los municipios los talleres se desarrollaron de la siguiente manera:

- **Ponedera:** el taller se realizó el 7 de noviembre de 2:00 pm a 5:00 pm en la vivienda del artesano Elver Cano. Asistieron 7 artesanos, a los cuales les di una conferencia grupal en la cual les expliqué todo lo relacionado con propiedad intelectual y la importancia de tener y registrar su propia marca. Luego de la conferencia los asesoré individualmente y encontré el interés de crear una marca. También les expliqué la importancia de registrar sus creaciones como derecho de autor y les intereso, ya que actualmente están dibujando imágenes creativas en sus diseños.



Foto 26 Taller propiedad intelectual. Ponedera



- **Soledad:** El taller se realizó en las instalaciones del colegio Dolores Maria Ucross, en el punto vive digital. Asistieron 11 artesanos, a quienes les presente una conferencia sobre el tema de propiedad intelectual. La recepción fue excelente, realizaron muchas preguntas y comprendieron la importancia de proteger sus creaciones, muchos aun no tenían marca o la que tenían no la usaban públicamente, muchos se comprometieron a crear su marca propia y utilizar las que ya tenían.



Foto 27 Taller propiedad intelectual. Soledad

- **San Juan de Tocagua:** El taller se realizó en un estadero ubicado al lado de la plaza principal del pueblo, asistieron 23 artesanas, a quienes les dicte una completa conferencia sobre propiedad intelectual, asesorándolas igualmente en la organización de sus respectivas asociaciones. También tenían la duda de cómo proteger sus diseños, y teniendo en cuenta que muchos incluyen creaciones artísticas, les presente la opción de protegerlas mediante el derecho de autor gratuitamente, lo cual les fue de mucha ayuda.
- **Suan:** El taller se realizó en las instalaciones del centro construido por la gobernación del Atlántico y que se encuentra al lado de la universidad del atlántico. Asistieron 9 artesanas, quienes recibieron una conferencia de mi parte relacionada con propiedad intelectual, igualmente, una asesoría sobre el registro de sus respectivas marcas. Existe el interés de registrar una marca y la otra asociación se comprometió a desarrollar otra.



Foto 28. Taller propiedad intelectual. Suan

- **Usiacurí:** El taller se realizó en el Centro Artesano y asistieron 11 artesanos, todos muy interesados en el tema de la propiedad intelectual y con muchos problemas que habían tenido. Nos comentaron que al municipio llegan empresas y diseñadores que les compran sus diseños y les prohíben venderlos a terceros, lo cual por el desconocimiento



de sus derechos lo cumplen y eso afecta sus ingresos. Les explique ampliamente que los diseños son de su propiedad gracias al derecho de autor y cuando realicen ventas o pedidos a empresarios o diseñadores indiquen específicamente que el diseño es de su propiedad y autoricen su venta en las condiciones pactadas en el contrato que realicen.



Foto 29. Taller propiedad intelectual. Usiacurí

- **Puerto Colombia:** El taller se realizó de 2 a 4 pm y la asistencia fue importante, artesanas y artesanos del municipio escucharon y participaron activamente en la capacitación de propiedad intelectual, recibiendo instrucciones en la protección de su trabajo mediante el derecho de autor y la importancia de tener una marca propia registrada.



Foto 30. Taller propiedad intelectual. Puerto Colombia

- **Tubara:** La capacitación fue exitosa, los artesanos estuvieron activos, interesados en proteger su trabajo, les explique en la práctica como proteger por medio del derecho de autor sus creaciones, ya que me comentaron que en lugares de barranquilla estaban copiando sus dibujos y diseños.



Foto 31. Taller propiedad intelectual. Tubara



- **Galapa:** En este municipio asistieron 13 artesanos muy activos, con un sentido de pertenencia por su municipio admirable. Había muchos que trabajan la madera, haciendo estatuas, máscaras y cuadros, por lo tanto, el tema de la protección por medio de los derechos de autor les interesó mucho, y les explique en la práctica cómo hacerlo de forma sencilla.



Foto 32. Taller propiedad intelectual. Galapa

- **Barranquilla:** En Barranquilla se desarrolló la capacitación en el Clena, los artesanos fueron muy receptivos logrando comprender la importancia de la protección de los derechos de autor para sus labores. Fueron muy participativos y ya muchos están adelantados con la creación de sus respectivas marcas.

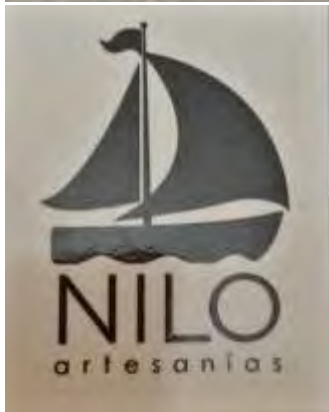


Foto 33. Taller propiedad intelectual. Barranquilla

9.5. Asesorías individuales registro de marca

Se realizaron asesorías individuales a los artesanos de los municipios de Tubará, Usiacurí, Suán, Barranquilla, Soledad, Puerto Colombia, Ponedera, San Juan de Tocagua (Luruaco) y Galapa, las cuales dieron como resultado el interés de muchos artesanos en construir, mejorar y registrar sus marcas. Actualmente existe un interés de aproximadamente 20 artesanos para iniciar el proceso de registro, encontrándose algunos gestionando la consecución del dinero y otros mejorando sus marcas para poder presentarlas. Me encuentro pendiente de todos para empezar a apoyarlos en el proceso de registro de marca hasta su diligenciamiento.

Estas son las marcas interesadas en registro:





Figuras 19 a 39. Marcas de las empresas de artesanos



10. Conclusiones

La metodología diseñada ha permitido avanzar en los siguientes temas de desarrollo humano: fortalecimiento del trabajo en equipo, resolución creativa de conflictos, comunicación asertiva, toma de decisiones colectivas.

El cronograma tuvo algunos cambios que respondieron a la disponibilidad de tiempo manifestada por artesanas y artesanos, sin que esto haya alterado las metas de cumplimiento que se definieron con el equipo coordinador.

Se aprecia como estado general en las asociaciones y emprendimientos artesanales ubicados en los municipios de Barranquilla, Suan, Soledad, Galapa, Luruaco, Ponedera, Tubará, Usiacurí, Puerto Colombia, las siguientes características:

- Escasa designación de roles de trabajo así como equipos organizados en objetivos comunes o propósitos que permitan articular mejor la organización.
- Desvinculación de artesanos a las organizaciones por no encontrar una propuesta de valor que les permita seguir como asociados, prácticamente solo se unen cuando existen ferias para gestionar el stand o revisar qué producción exhibirá cada uno.
- La mayoría de las organizaciones cuenta con un líder visible pero que trabaja aisladamente porque los asociados no asisten a las reuniones de asambleas o a los mismos talleres que organizan con entidades aliadas.
- Ninguna de las organizaciones cuenta con algún producto financiero y tampoco cuentan con una plataforma donde se pueda vender en línea los productos de los asociados.
- A nivel de aspectos de mercadeo ninguna de las asociaciones realiza gestión comercial con el fin de capturar nuevos clientes o fidelizarlos.
- A excepción de la marca colectiva de Tejeduría en Iraca de Usiacurí ninguna organización ha protegido la marca que los distingue e identifica ante la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Si bien todas las organizaciones están legalmente constituidas y cuentan con su Certificado de Existencia y Representación Legal esto no representa una fortaleza dado que casi ninguna ha presentado proyectos o realizan ventas que canalicen por medio de la organización.
- Todas las organizaciones necesitan desarrollar actividades para apalancar sus costos fijos, que son necesarios para aumentar sus ingresos como compra de equipos, herramientas, sueldos fijos, alquiler de un lugar, o en el caso de liquidez para prestar a sus asociados como capital semilla cuando lo necesiten.

Para la ejecución del presente contrato el principal inconveniente se relacionó con las fechas de ejecución dado que los artesanos se estaban preparando para la temporada navideña. Este hecho fue mitigado con diferentes estrategias como por ejemplo, optimizar el tiempo de reuniones para trabajar varios contenidos; acordar reuniones de trabajo en los talleres de los artesanos



después de las jornadas plenarias o colectivas; aprovechar la reunión de artesanos en un solo punto como el caso de la “Feria de la Máscara en Galapa; de la misma forma todo el equipo del Laboratorio apoyó incondicionalmente la convocatoria a cada una de las visitas de campo programadas.

En el municipio de Ponedera la asistencia fue de dos personas a pesar de la convocatoria previa realizada por el Laboratorio y a las llamadas que se realizaron estando ya en Ponedera. Las personas no contestaron a estas últimas llamadas o manifestaron tener otras actividades.

En Galapa se encontró el proyecto del Maestro Manuel Pertuz, dedicado al estímulo en el aprendizaje de la talla en madera con jóvenes de grados 7 a 11. El talento especial y las condiciones culturales de Galapa hacen que el oficio tenga una oportunidad de sostenibilidad a largo plazo.

En el evento La Feria de la Máscara se hallaron jóvenes interesados en el apoyo de Artesanías de Colombia, quienes quedaron registrados en la planilla del 2 de diciembre.

En Usiacurí se encontró una situación relacionada con la calidad de los productos vrs. El precio. Las artesanas manifestaron que algunos productores han ido perdiendo la calidad en la elaboración de los productos con el fin de venderlos a más bajos precios a los intermediarios que se preocupan en general, por comprar a bajo precio sin tener en cuenta la calidad.

Esta situación ha desmotivado a los productores a trabajar con énfasis en la calidad. Se constató en visitas taller que algunos productos tienen problemas en el proceso de tinturado, la iraca se ve descolorida y o manchada y en ocasiones los acabados de las piezas son pobres.

Las maestras artesanas asistentes a las reuniones propusieron ponerse de acuerdo para acompañar a nuevos productores en el mejoramiento de la calidad.

También se propuso, por parte de las maestras artesanas, la posibilidad de renombre la tipología de productos para que el cliente interesado pueda informarse sobre la calidad de la oferta. En este sentido la idea que las maestras Luz Márquez, Estrella Angulo y Doris Torregrosso plantearon la urgencia de poner a la comunidad de acuerdo con el fin de garantizar la actividad a largo plazo.

Existe una gran preocupación acerca de la sostenibilidad del oficio dado que la guerra de precios no está dejando márgenes de ganancia a los productores y aquellas artesanas que trabajan con alta calidad se están quedando marginadas de la posibilidad de hacer negocios locales.

Se aprecia gran cantidad de actividad artesanal en los municipios de Barranquilla, Suan, Soledad, Galapa, Luruaco, Ponedera, Tubará, Usiacurí, Puerto Colombia, por lo tanto requieren protección tanto de las creaciones como de sus marcas. Durante las capacitaciones se logró evidenciar la buena disposición de los artesanos y sus preocupaciones respecto al tema de la propiedad intelectual, comprendiendo igualmente la necesidad de crear sus marcas propias y registrarlas. También les fue de gran utilidad el concepto de derechos de autor y muchos aprendieron como proteger sus creaciones mediante la página web www.derechodeautor.gov.co. Actualmente 20 artesanos se encuentran interesados en registrar la marca mediante el convenio que ofrece Artesanías de Colombia con la Sic, para lo cual están afinando detalles de diseño y consiguiendo los recursos económicos para hacer el registro.



Se realizó una labor reconocimiento de talleres y artesanos.

Se cumplió con los talleres de sensibilización de diseño, donde los artesanos aprendieron e interiorizaron conceptos de diseño, identidad, referentes, tendencias, empaque entre otros.

Se trabajó de la mano con los maestros artesanos para impartir conocimientos en mejoras tecnológicas y mejorar los procesos productivos. Buscando ofrecer una mejor calidad en la manufactura de las artesanías del departamento.

Se realizó, además, un proceso de co-diseño con los artesanos seleccionados. Donde se plantearon diseño que tuvieron varias correcciones a lo largo del período las cuales sirvieron para plantear propuestas más acordes a la identidad y tradiciones de los oficios.

Se acompañó a los artesanos en el proceso productivo de la producción piloto para la feria Expoartesanías 2017, solucionando inconvenientes dentro de la fabricación de los productos.

Producción

Identificación de proceduría de materias primas

En el departamento del atlántico las artesanías provienen de diferentes materiales. Siendo estos madera, fibras naturales, arcilla, y totumo. De cada materia prima se pudo identificar cada uno de los actores que le afecta. Así mismo se evidencio el proceso que cada material necesita para ofrecer productos de alta calidad. Se pudo observar que un factor determinante para la calidad en los productos son las condiciones climáticas. Ya que, estas afectan los tiempos de secado y las propiedades de absorción de los materiales.

Mejoramientos procesos productivos

Los procesos productivos artesanales se basan en una línea de tiempo sencilla. Es decir reciben pedidos y sobre este producen. Hay pocos talleres que se encuentran organizados y con el proceso más claro. Como es el caso de los artesanos Pertuz en Galapa. El Toro Miura y el Congo Real tienen los talleres organizados según la producción que realizan. Por este motivo se puede evidenciar la división interna del taller por áreas de trabajo. En otros casos encontramos que los artesanos tienen claro el proceso de producción, sin embargo los talleres no están organizados según la línea productiva. Esto se debe más que todo al espacio donde trabajan, debido a que en muchos casos lo hacen desde el interior de su hogar.

Caracterización de la cadena de valor

La cadena de valor de cada oficio comprende aspectos claves para la identificación del valor percibido del oficio por parte de los clientes. Se evidencio los procesos de materias primas, así mismo las técnicas para transformarla y obtener la mejor calidad posible. Se pudo observar las distribuciones de los talleres, como las maquinas que estos utilizan para producir las artesanías. Se identificaron los actores principales, entendiendo como actores a los artesanos cuyos trabajos posicionan a los distintos oficios dentro del reconocimiento nacional. Generando una alta demanda por las artesanías del departamento. Un ejemplo serían los tejidos realizados en



Usiacurí, donde los nuevos productos diseñados y lanzados al mercado de la moda han tenido una excelente acogida.

Mejoramiento de procesos y técnicas

Buscando mejorar la calidad de los procesos productivos en los talleres artesanales, el proyecto contempló la entrega de herramientas para los talleres beneficiados. Estas herramientas se dividían en dos tipos manuales y eléctricas para así conseguir los mejores acabados y ofrecer una excelente calidad. Se contemplaron herramientas básicas para los oficios del departamento, y se seleccionaron los talleres que pudieran seguir escalando y ofreciendo mejores productos para así incrementar su actividad económica.

Los talleres de maestro artesano dictados por artesanos expertos en diferentes técnicas y oficios, dieron excelentes resultados. Impartieron nuevas técnicas y mejoraron las existentes y utilizadas por la comunidad. Entre los temas tratados en los talleres pudimos evidenciar las mejoras propuestas para el municipio de Tubara en cuanto a las técnicas de blanqueamiento, calado, quemado, y fritado. En el municipio de Luruaco, más precisamente el corregimiento de San Juan de Tocagua se realizó el taller de mejoramiento tecnológico, donde se suministró las técnicas para la producción de cestería a base de moldes, dando como resultado el desarrollo de nuevos productos para esta comunidad.

Planes de Producción

Los planes de producción contemplaban, diseños, tiempos, materiales, artesanos responsables e información de los mismos. Esto con el fin de tener organizada la producción piloto para ExpoArtesanías 2017. En este se evidenciaban precios de los productos y los valores que artesanías pagaría a los artesanos por los productos puestos en Bogotá.

La producción piloto para Expoartesanías 2017 tuvo aspectos positivos y aspectos negativos. La mayoría de los productos aprobados por el comité Nacional de Diseño fueron producidos logrando enviar un total de 388 unidades provenientes de los 9 municipios atendidos. Así mismo el equipo de diseño solucionó inconvenientes dentro del proceso, como lo eran los secados de las piezas y de las pinturas utilizadas. Así mismo asistió en el transcurso de la producción a solucionar y aclarar el armado, cortado y ensamble de los productos. Por culpa del factor climático sufrió atrasos. Hubo fuertes lluvias continuas que causaron que materiales de algunos productos como madera, arcilla y papel demoraran más en secar. Por lo que ocasiono que algunas piezas no pudieran ser enviadas. El equipo decidió no enviar algunos productos por que no contaban con la calidad exigida por Artesanías de Colombia como los canastos en enea donde el remate del borde superior no cubría el pegamento ni el corte de la fibra.

Sensibilización al diseño y al producto artesanal

Referentes

De acuerdo a lo observado en los talleres de sensibilización de diseño, en los cuales se habló acerca de los elementos identitarios de las culturas en los municipios atendidos se concluyó que los artesanos tienen un conocimiento básico acerca de su identidad. Donde ellos la definen



como esos iconos que se conocen popularmente en los municipios. Siendo estos elementos gastronómicos como sucede en Soledad por sus butifarras y en Luruaco por sus arepas con huevo. Otros tipo de referente común fue el deportivo donde ellos reconocen las figuras más sobresalientes para así crear un vínculo con sus municipios, como sucede con Víctor Pacheco en Suan. Por lo cual se observó que al momento de jerarquizar los referentes para ser identificados, ellos le dan prioridad a iconos de conocimiento común dentro de los municipios obviando que no son de conocimiento global o nacional, lo que limita la conexión del producto con un posible cliente.

Los talleres cumplieron lo esperado. Asesorar y brindar conocimiento técnico en los temas impartidos para los artesanos del departamento del Atlántico. Se evidencio una diferencia notable entre las comunidades. Aquellas que poseen un mayor tiempo en el campo artesanal y en la comercialización de esta tienen un mayor conocimiento y entienden la importancia de estos temas. Por lo que logran captar fácilmente las ideas y relacionarlas con su actividad. En el caso de las comunidades menos comerciales como lo son Ponedera, Puerto Colombia y Suan, toma más tiempo que los artesanos entiendan. Debido a que estas comunidades no tienen oficios tradicionales establecidos y son muy pocos los artesanos que viven de la artesanía como tal. Para ellos el diseño es algo vanal que no afecta la venta de un producto. Gracias a los talleres se logró que estas comunidades captaran que por medio del diseño pueden abrir nuevos mercados y acceder a diferentes clientes.

Diseño

Gracias al tiempo que lleva el proyecto realizándose en los municipios del departamento del Atlántico, se ha observado una mejoría notable en cuanto al conocimiento básico de los artesanos en temas de diseño. Participaron de manera activa, motivados y con buena actitud de recepción hacia los temas. Esto en los municipios que llevan más tiempo en el proyecto. Para los municipios nuevos como Ponedera y Suan, se evidencio que los artesanos desconocen del término diseño. Por lo cual llevo de más tiempo lograr para que lo asimilaran y lo pusieran en práctica. En cuanto a la innovación se dieron cuenta del beneficio que esta brinda. Como es el caso de San Juan de Tocagua donde los artesanos pasaron de realizar esteras a mobiliario para el hogar.

Tendencias

Los artesanos del departamento del Atlántico no desarrollan sus líneas de productos basadas en las tendencias actuales. Por lo que suele producir los mismos productos con pequeñas variaciones para todas las temporadas. Se observó que el municipio con mayor disposición a la aplicación de las tendencias es Usiacurí. Esto se debe gracias al auge actual de los municipios por introducirse en el mercado de la moda. El cual las obliga a estar a la vanguardia de los gustos de los consumidores.

Diseño y desarrollo de producto

Modos de intervención



Se evidencio que los artesanos del Atlántico suelen desarrollar el mismo producto o rescatando productos con alto indice de aceptación, rotación y comercialización. Suelen rediseñar sus productos haciendo variaciones en forma, color, textura y tamaño. Son muy pocos los procesos creativos para la realización de nuevos productos debido al temor a la aceptación del producto y del gasto que el proceso conllevan.

Referente Aplicado al producto

Los ejercicios de referentes dieron buenos resultados, se logró recopilar información directa por parte de los artesanos. En los ejercicios se evidencian los diferentes tipos de referentes, geográficos, cultural, ancestral, formales y de técnica. El ejercicio se llevó más allá del taller y como entregable de esta actividad los artesanos desarrollaron un prototipo. En el caso del artesano Luis Pertuz de Galapa dio como resultado un bowl que exalta la técnica de torno y talla de los elementos referentes gráficos del carnaval como la cebrá y el tigre. Tubara utilizó como referentes para sus productos las diferentes conchas de mar encontradas en sus playas. Se reflejan en los productos en texturas y formas. Usiacurí famoso por sus caracoles logro generar diversidad de productos donde usa esta forma, icónica del municipio, en diferentes posiciones y tamaños.

Concepto y componentes de diseño

Se aplicó la matriz de diseño entregada por Artesanías de Colombia a cada una de las unidades productivas, con que se implementó el proceso de diseño para el desarrollo de las propuestas de diseño las cuales serían evaluadas por el comité nacional de diseño en la ciudad de Bogotá.

Empaque

De acuerdo a lo observado en proceso de empaque de producto, se concluyó que los artesanos desconocen la forma adecuada de embalar y empacar el producto para que llegue en buena condición a su destino. Lograron entender la diferencia entre empaque y embalaje, siendo esta principalmente la publicidad externa del medio. Hubo casos donde los artesanos debido a su experiencia compartieron métodos de empacar y embalar productos para garantizar calidad.

Los talleres de empaques permitieron conocer de primera mano el estado del conocimiento global que poseen los artesanos del atlántico para el manejo y desarrollo de empaques. Se pudo evidenciar que la mayoría de estos conocían la importancia del empaque. Otros no sabían para que usarlo. Gracias a los talleres se aclararon las ideas.

Asesorías Puntuales

A través de estas asesorías se lograron identificar fortalezas y debilidades de los artesanos atendido. Indagando datos relevantes en cuanto a comercialización, precios y costos, mercadeo y diseño.

Con el sector artesano se observa que los temas que no se usan de manera reiterativa se olvidan.



A veces los contenidos trabajados con algunas comunidades, las fichas técnicas y cartillas parte del material que le entregaba a las comunidades por parte de Artesanías de Colombia en el marco de proyectos son guardados sin utilizarse.

Cuando se imparten conceptos, funciona mucho mejor el tema de recordación y por lo tanto de implementación, si estos se asocian con ejemplos cercanos a la cotidianidad de cada persona. En este sentido el tema de “marcadores somáticos” utilizado en su libro *Compradicción* (Buyology) de Martin Linstrom ha sido de mucha ayuda.

Otro ejemplo es el empoderamiento de los artesanos participantes del proyecto “Patrimonio Afro” donde la autonomía floreció en cada artesano haciendo que el proyecto alcanzara las metas con gran apropiación por parte de los artesanos.

Algunas personas de las que asistieron al taller de Usiacurí, escasamente saben leer o escribir y que recuerden el concepto y además lo pongan en práctica da cuenta de que están funcionando este conjunto de conceptos y experiencias para transmitir diferentes temas a comunidades artesanas.

Hacer desarrollo de producto con artesanos demandaba gran “desgaste” por parte del diseñador para hacer el seguimiento y lograr la producción. Cuando utilicé la metodología en el Proyecto “Patrimonio Afro” quedé gratamente sorprendida al ver la autonomía en todas las actividades que demandan el diseño para el desarrollo de producto, la organización para la producción y la preparación para un evento ferial. El papel como diseñador aquí cambió de dirigir a acompañar.

Para la ejecución el principal inconveniente se relacionó con las fechas de ejecución dado que los artesanos se estaban preparando para la temporada navideña. Este hecho fue mitigado con diferentes estrategias como por ejemplo, optimizar el tiempo de reuniones para trabajar varios contenidos; acordar reuniones de trabajo en los talleres de los artesanos después de las jornadas plenarias o colectivas; aprovechar la reunión de artesanos en un solo punto como el caso de la “Feria de la Máscara en Galapa; de la misma forma todo el equipo del Laboratorio apoyó incondicionalmente la convocatoria a cada una de las visitas de campo programadas.

En el municipio de Ponedera la asistencia fue de dos personas a pesar de la convocatoria previa realizada por el Laboratorio y a las llamadas que se realizaron estando ya en Ponedera. Las personas no contestaron a estas últimas llamadas o manifestaron tener otras actividades.

En Galapa se encontró el proyecto del Maestro Manuel Pertuz, dedicado al estímulo en el aprendizaje de la talla en madera con jóvenes de grados 7 a 11. El talento especial y las condiciones culturales de Galapa hacen que el oficio tenga una oportunidad de sostenibilidad a largo plazo.

En el evento La Feria de la Máscara se hallaron jóvenes interesados en el apoyo de Artesanías de Colombia, quienes quedaron registrados en la planilla del 2 de diciembre.

En Usiacurí se encontró una situación relacionada con la calidad de los productos vs. el precio. Las artesanas manifestaron que algunos productores han ido perdiendo la calidad en la elaboración de los productos con el fin de venderlos a más bajos precios a los intermediarios



que se preocupan en general, por comprar a bajo precio sin tener en cuenta la calidad. Esta situación ha desmotivado a los productores a trabajar con énfasis en la calidad. Se constató en visitas taller que algunos productos tienen problemas en el proceso de tinturado, la iraca se ve descolorida y o manchada y en ocasiones los acabados de las piezas son pobres.

Las maestras artesanas asistentes a las reuniones propusieron ponerse de acuerdo para acompañar a nuevos productores en el mejoramiento de la calidad.

También se propuso, por parte de las maestras artesanas, la posibilidad de renombre la tipología de productos para que el cliente interesado pueda informarse sobre la calidad de la oferta. En este sentido la idea que las maestras Luz Márquez, Estrella Angulo y Doris Torregroso plantearon la urgencia de poner a la comunidad de acuerdo con el fin de garantizar la actividad a largo plazo.

Existe gran preocupación acerca de la sostenibilidad del oficio dado que la guerra de precios no está dejando márgenes de ganancia a los productores y aquellas artesanas que trabajan con alta calidad se están quedando marginadas de la posibilidad de hacer negocios locales.



11. Limitaciones y dificultades

Se presentó dificultad en las convocatorias, especialmente en los municipios de Ponedera, Barranquilla y Puerto Colombia, en Ponedera los artesanos son renuentes a procesos de capacitación, los artesanos de municipios de Galapa, Usiacurí manifiestan que para este periodo del año se les hace difícil asistir a las jornadas de capacitación puesto que esta es la época en donde hay mayor pedido de productos y al asistir a los talleres dejan de invertir tiempo y terminan por retrasarse en sus compromisos.

Se aprecia una baja asistencia a las capacitaciones en municipios como Ponedera y Galapa por razones como la falta de incentivos económicos para trabajar, otros artesanos no ven aún necesario planificar la empresa o emprendimiento sino que sus acciones son del día a día y no hay un esfuerzo por aprender y construir una estructura que consolide el emprendimiento.

Se percibe una pereza para diseñar, a crear, a investigar, a generar nuevos productos, buscar nuevas materias primas, revisar tendencias y analizar la competencia y el comportamiento de la gente que compra los productos.

De otro lado, corregimientos como San Juan de Tocagua en Luruaco necesitan más técnica en el hilado y tejido de enea porque los acabados y el trenzado aún son gruesos y sin un terminado o truncado final. Esto mismo último también sucede en Ponedera que necesita más aprendizaje en la técnica y en la pintura de la cerámica.



12. Recomendaciones y sugerencias

Generar incentivos para la asistencia de talleres, crear una certificación de curso o diplomado en área específica, con el fin que los artesanos se motiven y participen en las actividades.

Llevar secuencia de procesos anteriores para evitar repetición de actividades y talleres en las comunidades artesanales.

Promover el uso de la tecnología para la comercialización de los productos.

Clasificar los emprendimientos avanzados o en estado de maduración del modelo de negocio y construir una propuesta donde se fortalezcan sus buenas prácticas y se realicen talleres puntuales en marketing, branding, innovación de productos por medio del design thinkin

Se necesita un espacio para los artesanos que necesitan construir un taller como es el caso de las artesanas Sra. Edilsa Baldomino en Usiacurí y la Sra. Yenis González en Luruaco para aprender sobre la conformación de los espacios y se logren realizar proyectos que materialicen la idea de construcción de taller.

Asesoría especial en transformación digital de la empresa artesana con énfasis en desarrollar indicadores o metas que permitan identificar el éxito o fracaso de sus estrategias o tácticas.

Iniciar una red mundial que permita conectar artesanos de otros países para que compartan sus experiencias y si es posible realicen intercambios de transferencia de conocimientos y habilidades. Por ejemplo, internacionalmente la marca Tortus en Copenhagen, Dinamarca con su ceramista Eric Landon ha creado todo un desarrollo mediático de sus creaciones y productos y podría dar experiencias valiosas a los artesanos de Ponedera.

El equipo de diseño recomienda que el proceso de diseño empiece con más tiempo. Del mismo modo que todos los que actúan en el proyecto analicen y entiendan que la producción artesanal y la industrial son diferentes. Si bien se deben cumplir con tiempos estipulados, se recomienda el análisis de las caracterizaciones de oficio para así poder establecer los tiempos de entrega. Esto debido a que la mayoría de los artesanos del departamento suelen trabajar en talleres hechizos y no cumplen con las condiciones mínimas de un lugar bien adecuado para realizar esta labor.

Considera que los anticipos son necesarios, debido a que muchos artesanos viven de pedidos y no cuentan con dineros extras para la compra de materiales, envío y el financiamiento de una producción.

Se propone tener más de 1 mes para producir o contar con 1 mes desde la aprobación final del Comité Nacional de Diseño. A razón de que la producción suele tener atrasos normales debido a que esta se basa en el desarrollo de nuevos productos.



Sugiere revisar los municipios para así determinar en cuales se puede mejorar las condiciones de oficios existentes. Para así seleccionar los oficios principales de cada comunidad.

Se creería adecuado que el componente de talleres de maestro artesanos contemple la contratación de profesionales en los temas a desarrollar. Esto con el fin que los artesanos conozcan de primera mano normatividad técnica y adquieran un conocimiento con mayor acreditación.

Un 60 % de los Artesanos atendidos conocían los temas

Los Artesanos saben la importancia de empacar adecuadamente.

Los artesanos han desarrollado métodos de empaque para sus productos.

Sistemas de empaque utilizados por los artesanos.

Se deben mejorar algunos aspectos relacionados con los empaques de los artesanos, entre ellos la apilabilidad y diseño de los productos pensando en su transporte, el desarrollo de empaques unitarios para cada línea de producto y la presentación y diseño gráfico de empaques y etiquetas

El Carnaval de Barranquilla, una fiesta constituida como patrimonio de la humanidad es un tema que puede seguir sirviendo de inspiración para la elaboración de productos ligados al turismo; incluyendo la inmersión de experiencias ligadas a la artesanía u otro componente comercial ligado al mercadeo territorial.

Las comunidades de Tubará y Luruaco necesitan que se les siga prestando apoyo en el mejoramiento de la técnica con el fin de entrar a competir en diferentes mercados. Las posibilidades comerciales de estos grupos son buenas por su componente de identidad.

Se sugiere acompañar a la comunidad de Usiacurí en la implementación del trabajo entre maestras artesanas y nuevos productores.

Se sugiere que el componente comercial esté presente al definir las metas a alcanzar de las unidades productivas o del proyecto. Conlleva a definir el mercado objetivo a penetrar. Esto ocurre en la etapa inicial antes del desarrollo de producto. Al conocer y tener empatía con el segmento objetivo se mejorara las posibilidades de penetrar el mercado.

Se sugiere tener la posibilidad de llevar a cabo un evento local en diciembre o fechas especiales para que los artesanos participantes del proyecto tengan la posibilidad de vender los productos desarrollados en el marco del Proyecto del Laboratorio y de implementar lo aprendido en el componente comercial relacionado con promoción, ventas directas, estrategias de precio.



13. Bibliografía

Kotler Philip y Armstrong Gary (2008). Principios de Marketing. Madrid, España: Pearson

Lindstrom Martin (2009). Compradicción. New York, Estados Unidos: Random House.

Borg James (2009). Lenguaje corporal. Madrid, España: Pearson



Anexo fotográfico - Componente de Desarrollo Humano



Actividad: Taller planes y proyectos de Vida
Municipio: Galapa - Fotografía por Fernando Dangond



Actividad: Taller planes y proyectos de Vida
Municipio: Luruaco - Fotografía por Fernando Dangond



Actividad: Taller planes y proyectos de Vida
Municipio: Suan - Fotografía por Rosiris Sanabria



Actividad: Taller planes y proyectos de Vida
Municipio: Puerto Colombia. Fotografía por Gisella Rivera



Actividad: Reunión con Alcaldesa de Ponedera
Municipio: Barranquilla



Actividad: Taller planes y proyectos de Vida
Municipio: Soledad - Fotografía por Gisella Rivera



Actividad: Entrevista a Lider artesanal
Municipio: Galapa - Fotografia por Hermes Gutierrez



Actividad: Taller planes y proyectos de Vida
Municipio: Barranquilla - Fotografia por Gisella Rivera



Actividad: Taller Trabajo en Equipo
Municipio: Suan - Fotografía por Gisella Rivera



Actividad: Taller Trabajo en Equipo
Municipio: Luruaco - Fotografía por Gisella Rivera



Actividad: Taller de Liderazgo y emprendimiento
Municipio: Usiacurí



Actividad: Taller de Liderazgo y emprendimiento
Municipio: Barranquilla



Actividad: Taller de Liderazgo y emprendimiento
Municipio: Suan



Actividad: Taller de Liderazgo y emprendimiento
Municipio: Suan



Actividad: Taller de Liderazgo y emprendimiento
Municipio: Puerto Colombia



Actividad: Taller de Trabajo en equipo y Resolución de conflictos
Municipio: Puerto Colombia



Actividad: Taller de Liderazgo y Emprendimiento
Municipio: Tubará



Actividad: Taller de Trabajo en equipo y Resolución de conflictos
Municipio: Soledad



Actividad: Taller de Trabajo en equipo y Resolución de conflictos
Municipio: Tubará



Actividad: Taller de Trabajo de Comunicación asertiva
Municipio: Soledad



Actividad: Taller de Trabajo de Comunicación asertiva
Municipio: Galapa



Actividad: Visita de maestro artesano Alex Castro – manejo de herramientas
Municipio: Suan



Actividad: Taller de autoconocimiento y autoestima
Municipio: Puerto Colombia Fotografía por Gisella Rivera



Actividad: Taller de autoconocimiento y autoestima
Municipio: Puerto Colombia - Fotografía por Gisella Rivera



Actividad: Taller de autoconocimiento y autoestima
Municipio: Soledad - Fotografía por Gisella Rivera



Actividad: Comité Técnico Atlántico
Municipio: Barranquilla - Fotografía por Ibis Vittorino



Actividad: Convocatoria Taller
Municipio: Ponedera - Fotografía por Gisella Rivera



Actividad: Convocatoria Taller
Municipio: Ponedera - Fotografía por Gisella Rivera



Actividad: Entrevista Líder Artesanal
Municipio: Suan - Fotografía por Hermes Gutierrez



Actividad: Entrevista Líder Artesanal
Municipio: Tubará - Fotografía por Hermes Gutiérrez



Actividad: Taller de Plan de vida
Municipio: Usiacurí - Fotografía por Karen Gutiérrez



Actividad: Taller de Plan de vida
Municipio: Usiacurí - Fotografía por Gisella Rivera



Actividad: Visita a artesanos para diseño
Lugar: Municipio Ponedera



Actividad: Visita a artesanos para diseño
Lugar: Municipio Suan



Actividad: Visita a artesanos para diseño
Lugar: Municipio Usiacurí



Actividad: Visita a artesanos para diseño
Lugar: Municipio Galapa



Actividad: Taller de diseño
Lugar: Municipio Tubará



Actividad: Transferencia metodológica a diseñadores
Lugar: Municipio Barranquilla



Actividad: Visita a talleres
Municipio: Tubará



Actividad: Taller de Autoconocimiento y Autoestima
Municipio: Tubará



Actividad: Visita a talleres
Municipio: Galapa



Actividad: Taller de Autoconocimiento y Autoestima
Municipio: Suán



Actividad: Taller de Autoconocimiento y Autoestima
Municipio: Galapa



Actividad: Taller de Autoconocimiento y Autoestima
Municipio: Luruaco



Actividad: Taller de Autoconocimiento y Autoestima
Municipio: Luruaco



Actividad: Taller de Autoconocimiento y Autoestima
Municipio: Utiacuri



Anexo fotos Módulo de Emprendimiento

Taller 1: Asociatividad, Formalización y Bancarización

Fotos tomadas por: Gisella Rivera

-Ponedera, Casa de la Familia Cano





-San Juan de Tocagua, Luruaco





-Usiacurí, Centro de Desarrollo de la Cultura



-Tubará, Asoartes





-Soledad, Vive Digital





-Puerto Colombia, Casa de la Convivencia



-Suan, Centro Integral de Desarrollo





-Barranquilla, Corporación Clena





Taller 2: La Empresa Artesana

-Tubará . Asociación de Artesanos de Tubará –Asoartes



-San Juan de Tocagua, Luruaco





-Soledad, Punto Vive Digital



-Ponedera





-Suan



-Usiacurí





- Galapa



-Puerto Colombia





Taller 3: Plan de Negocio.

San Juan de Tocagua, Luruaco. Fotos de Jaime Cabarcas



-Tubará, Asociación de Artesanos de Tubará-ASOARTES





Ponedera, Casa del Sr. Eber Cano. Fotos de Liz Fetivá



Galapa, Casa de la Cultura





Barranquilla. Fotos de Jaime Cabarcas



Puerto Colombia, Casa de la Sra. Claribel Camargo





Suan, Centro Integral de Desarrollo



Usiacurí, Centro de Desarrollo Artesanal





Soledad, Punto Digital Colegio Dolores María Ucros





Taller de diseño Barranquilla

Ibis de Jesús Victorino Yepes
Fernando Mario Dangond Arteta Karen
Susana Gutiérrez Lara









Taller de diseño Galapa





Taller de diseño Luruaco









Taller de diseño Pto. Colombia





TIPOS DE REFERENTE

- REFERENTE HISTÓRICO
- REFERENTE SOCIAL
- REFERENTE AMBIENTAL
- REFERENTE CULTURAL
- REFERENTE TÉCNICO



Taller de diseño Soledad









Taller de diseño Suan





Taller de diseño Tubará





Taller de diseño Usiacurí









Anexo Módulo Comercialización - Fotografías

LIZ ADRIANA FETIVA SANTAMARIA

GALAPA



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Gálapa, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Gálapa, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Gálapa, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

PUERTO COLOMBIA



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Puerto Colombia, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



USIACURÍ



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Usiacurí, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

BARRANQUILLA



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Barranquilla, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Barranquilla, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

PONEDERA



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Ponedera, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



TUBARÁ



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Ponedera, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

SUÁN



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Suán, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



LURUACO



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Suán, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.

SOLEDAD



Componente comercial. Foto de Liz Fetiva (Soledad, Atlántico. 2017). Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia.



